

promoción y desarrollo de la
CULTURA preventiva
en la Comunidad de Madrid

La responsabilidad social corporativa

promoción y desarrollo de la
CULTURA preventiva
en la Comunidad de Madrid

Resumen

Este trabajo parte del establecimiento de una definición de la responsabilidad social corporativa y del análisis de su rápida expansión y evolución en el ámbito internacional, antes de estudiar el caso español y su insuficiente implementación en el tejido empresarial. El estudio se detiene particularmente en la postura de las sociedades cotizadas y los compromisos de las empresas españolas y particularmente de la Comunidad de Madrid con el Pacto Global de la ONU y las Memorias de sostenibilidad del *Global Reporting Iniciativ* (G.R.I.).

Finalmente tras dar cuenta de los grupos y foros españoles que siguen la cuestión, el estudio se centra en la virtualidad de los indicadores sociales y especialmente los referidos a salud laboral para evaluar la actuación empresarial, tanto los que devienen del G.R.I., como los derivados de la Encuesta Nacional de Condiciones de Trabajo.

Palabras clave

Responsabilidad Social Corporativa. Memorias de sostenibilidad. Indicador social. Indicador de salud y seguridad laboral.



Índice

1.	La responsabilidad social corporativa	3
1.1.	Definición: el concepto de responsabilidad social corporativa	3
1.2.	Evolución histórica.....	7
1.3.	La RSC en España	7
1.4.	Ventajas, resistencias y excusas.....	11
2.	Las oposiciones y las contradicciones en el debate sobre la RSC.....	14
2.1.	La empresa, ¿líder o no del cambio hacia la sostenibilidad?	14
2.2.	¿La responsabilidad social corporativa debe de ser un acto voluntario de las empresas o hay que legislar?	15
2.3.	Las diferencias en torno a la RSC entre las grandes y las pequeñas empresas	17
2.4.	La voluntad de gestionar el cambio	17
2.5.	Conclusiones	18
3.	Los compromisos de las empresas.....	19
3.1.	El Pacto Global de la ONU y las Memorias de Sostenibilidad del GRI.....	20
3.2.	Análisis de la situación en la Comunidad de Madrid	27
3.3.	Primeras consideraciones	32
4.	Grupos y foros en España sobre la responsabilidad social corporativa	33
5.	El estado de la cuestión de los indicadores	36
5.1.	Introducción	36
5.2.	Los indicadores: definición, utilidad y características	37
5.3.	Los problemas de la medición de la RSC: los indicadores sociales y la actuación de la empresa	39
5.4.	Los indicadores existentes en salud laboral	42
6.	Conclusiones	46
7.	Bibliografía	47

1. La responsabilidad social corporativa

1.1. Definición: el concepto de responsabilidad social corporativa

La adopción de criterios de responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión empresarial implica la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y, finalmente, el escrutinio externo de los mismos.

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores.

El Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible define a la empresa sostenible como *“aquella empresa que, además de lograr una cuenta de resultados económicos satisfactorios y maximizar su valor, es viable a corto y largo plazo por su contribución a un desarrollo sostenible tanto de su entorno inmediato como de nuestro planeta, todo ello con pleno respeto a los derechos humanos individuales y colectivos. De este modo, una empresa sostenible es aquella que contribuye: a la creciente creación de riqueza; a la integridad ecológica de nuestro planeta; a la justicia social y a la solidaridad y, por lo tanto, a la erradicación de la pobreza y de las crecientes diferencias existentes entre países y en el seno de los mismos; a la necesaria democracia indispensable para la paz y la erradicación de toda forma de violencia; y al progreso de la humanidad en todos los órdenes, dentro del respeto a los derechos humanos y el ejercicio de los valores éticos fundamentales”*¹.

También la responsabilidad social de la empresa o responsabilidad social corporativa (RSC), se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

No son éstas, sin embargo, las únicas definiciones de responsabilidad social corporativa que podemos encontrar. Así, el Libro Verde de la Unión Europea define el concepto de responsabilidad social de las empresas como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* considerando que las empresas son cada vez más conscientes de que un comportamiento responsable genera éxitos comerciales duraderos².

¹ Código de Buen Gobierno para la Empresa Sostenible (2002). Apartados 2.5 y 2.6

² Sin embargo, la responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que sucede cuando la empresa trata de reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todas ellas. Una gestión socialmente responsable de los cambios generará efectos positivos para las empresas a nivel macroeconómico.

En el mismo sentido, el BSR (Business for Social Responsibility) la define como “aquellas decisiones de negocio tomadas de acuerdo a valores éticos, bajo requerimientos legales y respetando a la gente, la comunidad y el medio ambiente”³

Bajo esta perspectiva, ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad, al tiempo que abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Obviamente, no estamos ante un tema radicalmente nuevo. Por el contrario, las empresas tienen ricas y variadas experiencias en este campo. Lo que se propone es que éstas adopten nuevas formas y consideren nuevos contenidos. En los años ochenta, y como consecuencia de la crisis de los setenta, se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable de la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales, también de la empresa, sea lucrativa o no. Se percibe que el bienestar total de la sociedad probablemente será mayor si existen múltiples fuentes, más que un único monopolio de oferta.

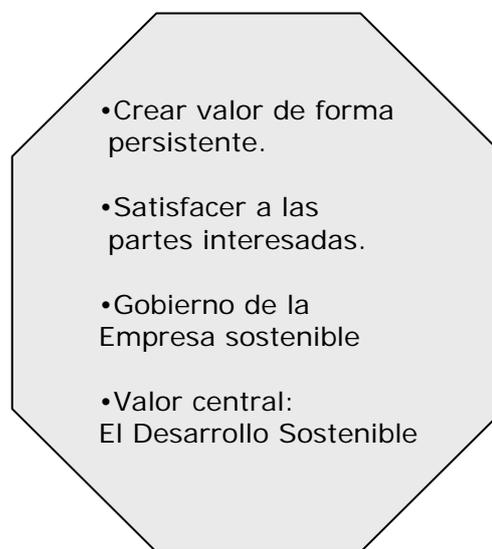
Al afirmar su responsabilidad social y asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos y adoptan un modo de gobierno abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad.

³ En www.bsr.org/BSRLibrary/Todetail.cfm?DocumentID=138

**Visión tradicional
del gobierno de la empresa**



**Gobierno de la
empresa sostenible**



Esta nueva actuación de las empresas da lugar a la creación de nuevas asociaciones y esferas novedosas para las relaciones existentes en la empresa, con respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio; a nivel local o nacional, con respecto al refuerzo de la cohesión económica y social y la protección de la salud; y de manera general, a escala mundial, respecto a la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos fundamentales.

No obstante, la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.

En este contexto, se ha venido observando como cada vez es mayor el número de empresas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Su objetivo es transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG's⁴. Al obrar así, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores de actividad, desde las PYME

⁴ Al conjunto de partes relacionadas con la empresa se le denomina "stakeholders".

a las empresas multinacionales⁵. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo⁶.

La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo —que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente la productividad de la empresa— o de una utilización eficaz de los recursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que prestan a la empresa los consumidores e inversores, que ampliará sus posibilidades en el mercado. En sentido contrario, la crítica de las prácticas comerciales desarrolladas por una empresa puede influir a veces negativamente en la opinión que se tiene de ella. Esto puede afectar a los activos fundamentales de la empresa, tales como sus marcas o imagen.

La gestión de la responsabilidad social supone el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

Consideramos que si bien son numerosos los factores que impulsan este avance de la responsabilidad social de las empresas, se pueden resumir en los siguientes:

- Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala.
- Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores.
- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación. Las empresas y su responsabilidad social

A medida que las propias empresas se enfrentan a los retos de un entorno en mutación en el contexto de la mundialización y, en particular, del mercado interior, aumenta su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos interlocutores que pueden influir realmente en su libertad de

⁵ Algunas empresas que prestan una atención adecuada a los aspectos sociales y medioambientales indican que tales actividades pueden redundar en una mejora de sus resultados y generar crecimiento y mayores beneficios. Se trata, para muchas sociedades, de una actividad novedosa de la que aún queda por hacer una valoración a más largo plazo.

⁶ Aunque muchas PYME ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas.

funcionamiento, los argumentos comerciales son evidentes. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad. Así, pueden adoptarse un enfoque financiero, comercial y social integrado, que desemboque en una estrategia a largo plazo que minimice los riesgos relacionados con la incertidumbre. En resumen, las empresas deben asumir su responsabilidad social a lo largo de toda su cadena de producción⁷.

La responsabilidad social de las empresas tiene implicaciones importantes para todos los agentes económicos y sociales, así como para las autoridades públicas, que deben tener en cuenta las prácticas socialmente responsables de las empresas en su propia acción⁸.

1.2. Evolución histórica

La responsabilidad social corporativa surge en Estados Unidos durante finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos como el Apartheid. Despierta el interés en los ciudadanos que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos, o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables. En consecuencia, la sociedad comienza a pedir cambios en los negocios y una mayor implicación del entorno empresarial en los problemas sociales.

De igual forma que hace medio siglo las empresas desarrollaban su actividad sin tener en cuenta el marketing, o que hace tres décadas la calidad no formaba parte de las orientaciones principales de la actuación empresarial, hoy en día las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio.

1.3. La RSC en España

El debate público sobre la responsabilidad social de las empresas ha crecido de forma exponencial en los últimos años, particularmente en el ámbito europeo, donde este fenómeno se ha desarrollado de forma relativamente reciente en relación al mundo anglosajón. Una eclosión que no sólo se ha producido en los ámbitos más especializados y académicos, sino que asimismo se ha reflejado en la multiplicación de publicaciones e informes procedentes tanto del entorno empresarial como del resto de partes interesadas, así como en un creciente eco en los medios de comunicación.

7 Varios Estados miembros de la Unión Europea han reconocido su importancia y han adoptado diversas medidas para fomentarla. En su documento de posición «Releasing Europe's employment potential: Companies' views on European Social Policy beyond 2000» la UNICE (Unión de Confederaciones de la Industria y de los Empresarios de Europa) hizo hincapié en que las empresas europeas se consideran parte integrante de la sociedad y actúan de una manera socialmente responsable; consideran que la realización de beneficios es el principal objetivo de las empresas, pero no su única «razón de ser», y optan por una reflexión a largo plazo sobre las decisiones y las inversiones estratégicas.

8 En Dinamarca, el Ministerio de Asuntos Sociales lanzó en 1994 la campaña «Our Common Concern - the social responsibility of the corporate sector» (Nuestra preocupación común: la responsabilidad social del sector empresarial) y creó en 1998 el Copenhague Centre. El Reino Unido designó en marzo de 2000 un Ministro competente en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas (Minister for Corporate Social Responsibility). Además, se ha creado un grupo interministerial para mejorar la coordinación de las actividades de promoción de la responsabilidad social de las empresas en el Gobierno.

El interés por la responsabilidad social corporativa es relativamente reciente en España. No obstante, cabe señalar el gran interés que han tomado las empresas españolas en este tema, convirtiéndonos en el segundo país de Europa en la realización de memorias de responsabilidad social corporativa y en uno de los países cuyas empresas están más involucradas con las nuevas demandas sociales y medioambientales procedentes de los stakeholders. Podemos señalar que siguiendo la experiencia internacional y el reclamo de una sociedad con mayor preocupación social, surgen en los últimos años experiencias de economía social y solidaria que demuestran que es posible compatibilizar rentabilidad económica con beneficios sociales y que se pueden producir y comercializar bienes y servicios de forma sostenible económica, social y ecológicamente.

Pero quizás el mayor interés por la responsabilidad social corporativa viene ligado en nuestro país al lanzamiento a finales de los noventa de productos financieros éticos, fundamentalmente fondos de inversión⁹ promovidos por organizaciones sociales que tratan de fomentar el ahorro responsable en España, siguiendo el ejemplo internacional. La necesidad de evaluar el comportamiento socialmente responsable de la empresa española, para poder incluir o no determinadas organizaciones en la cartera de los fondos de inversión u otros productos financieros éticos, pone en evidencia la necesidad de conocer el mercado español.

Todo ello coincide con la expansión internacional de la empresa española, que obliga a conocer a fondo el comportamiento fuera de nuestras fronteras, especialmente en lo relativo al respeto a los derechos humanos en países en vías de desarrollo, y que sin duda influye en su cotización en los mercados internacionales, donde tiene que competir con empresas ya preocupadas por su comportamiento sostenible y responsable.

Si a todo ello añadimos determinados escándalos internacionales y nacionales con los que comienza el siglo XXI y que reflejan la falta de escrúpulos a la hora de acometer determinadas inversiones por parte del sector privado, el resultado es un clima propicio para la responsabilidad social corporativa.

Sin embargo, sigue habiendo algunos obstáculos al desarrollo de la RSC que se describen a continuación:

1.3.1. El tejido empresarial

Un primer elemento está relacionado con las características del tejido empresarial español. Conviene recordar que las iniciativas en materia de responsabilidad social empresarial en la última década han sido desarrolladas, fundamentalmente, por un tipo de empresas bastante determinado: las grandes empresas de carácter transnacional, cuyo origen se sitúa de forma predominante en los países de la OCDE.

En este sentido, dos rasgos del tejido empresarial español dificultan particularmente la extensión de iniciativas en materia de RSE: por una parte, el relativamente tardío y escaso grado de internacionalización de las empresas españolas, en comparación con otros países

⁹ A principios del siglo XXI en España se están comercializando una veintena de fondos de inversión con el calificativo de solidarios, responsables o éticos

del entorno europeo, como Inglaterra o Alemania. Por otra, el alto grado de atomización empresarial.

1.3.2. La escasa cultura empresarial

Un segundo elemento, lo constituye la escasa cultura empresarial existente en esta materia. Así, por una parte existe todavía un déficit de información y formación en España sobre la RSE y la forma en que la misma debería integrarse en la gestión de la empresa. Por otra parte, aunque existe progresivamente una mayor sensibilización sobre el tema, desde el empresariado español se considera en términos generales que las iniciativas sociales deberían ser asumidas por otros actores, bien por la Administración pública, bien por las organizaciones del tercer sector.

1.3.3. La implicación tardía de la Administración pública

Otro factor que conviene señalar es el hecho de que la implicación de la Administración pública en la promoción de la RSE podría ser más activa, aunque en los últimos años se cuenta con un mayor dinamismo, tanto en el ámbito central como territorial.

1.3.4. La incorporación tardía de los agentes sociales

Finalmente, un último elemento a destacar es la relativamente tardía incorporación de los agentes sociales al debate actual sobre el fenómeno de la responsabilidad Social Corporativa, si bien es posible apreciar asimismo avances recientes en este terreno. Así, por una parte tanto las organizaciones empresariales como sindicales, en sus diferentes ámbitos de organización (sectoriales, territoriales) están adoptando progresivamente criterios de actuación sobre esta materia.

No obstante, en los dos últimos años la cuestión de la RSE ha cobrado una creciente repercusión en el discurso empresarial, si bien su materialización en la gestión de las empresas españolas constituye una práctica circunscrita todavía a un número reducido de compañías (especialmente de gran tamaño).

1.3.5. La responsabilidad social corporativa en las sociedades cotizadas

En febrero de 1998 salió a la luz el “Documento de la Comisión Especial para el estudio de un código ético de los consejos de administración de las sociedades: el gobierno de las sociedades cotizadas” más conocido como “Informe Olivencia”. Este informe fue realizado a petición de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) con la finalidad de determinar la problemática de los Consejos de Administración de las sociedades que cotizan en mercados financieros y la elaboración de un código ético de buen gobierno, de asunción voluntaria por estas sociedades.

El Informe Olivencia constituía una serie de recomendaciones, precisas y ponderadas, por tanto un código de buen gobierno, de adopción voluntaria por parte de unas empresas que se deberían comprometer bien a cumplir el código, bien a explicar por qué no lo hacen. Todo ello a la espera de que los mercados financieros a los que llegara esta información, probablemente recompensaran las prácticas de buen gobierno y sancionaran negativamente su incumplimiento, salvo que las razones de la empresa para no cumplirlo les parezcan persuasivas o salvo que den más importancia a la eficacia de los resultados económicos de la sociedad que a sus prácticas de buen gobierno.

Posteriormente, en septiembre de 2002, se creó la Comisión presidida por D. Enrique Aldama que, fundamentándose en la labor realizada por la Comisión Olivencia, llevo a cabo un estudio conocido como "Informe Aldama".

El "Informe Aldama" responde a la búsqueda de un equilibrio entre, por una parte, una regulación orientada a la protección legal de los derechos de propiedad de los accionistas, que constituyen, en último término, la piedra angular del sistema de los mercados de capitales, y, por otra parte, la mayor autorregulación posible de las empresas cotizadas. Puede decirse que esta filosofía se resume en una afirmación del principio de libertad si se entiende que este principio tiene una doble dimensión, la relativa al ejercicio de libertad de los accionistas y la relativa a la autorregulación de las empresas a la hora de decidir y aplicar sus estrategias, pero también a la de organizar su gobierno corporativo.

De este principio de libertad se deducen, a su vez, los principios de transparencia y de lealtad, debidamente equilibrados con el de diligencia, a los que este informe dedica gran parte de su atención, así como el tratamiento que hace tanto del funcionamiento de los órganos del gobierno corporativo como de las relaciones con empresas de servicios y asesoramiento.

Posteriormente, con origen en el "Informe Aldama" se promulga la Ley 26/2003, de 17 de julio, por la que se modifican la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores y el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, con el fin de reforzar la transparencia de las sociedades anónimas cotizadas.

Esta ley introduce dos nuevas obligaciones en relación con la información societaria. En primer lugar, la imposición a las sociedades cotizadas de la obligación de hacer público con carácter anual un informe de gobierno corporativo. El informe anual de gobierno corporativo es un documento cuya finalidad es recoger una información completa y razonada sobre las estructuras y prácticas de gobierno en cada sociedad que permita conocer los datos relativos a los procesos de toma de decisiones y todos los demás que revelen aspectos importantes del gobierno societario, con objeto de que el mercado, los inversores y los accionistas puedan hacerse una imagen fiel y un juicio fundado de la sociedad.

1.4. Ventajas, resistencias y excusas

1.4.1. Ventajas

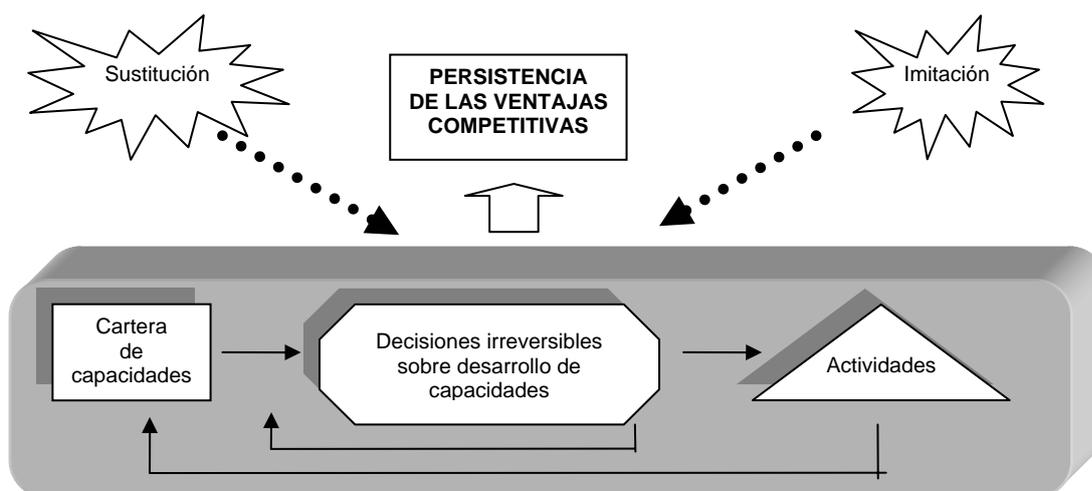
Como es bien sabido, la finalidad de toda estrategia empresarial es mostrar a la empresa cómo crear más valor de forma persistente. Conseguirlo depende, fundamentalmente, del atractivo del sector y de lo acertado del modelo de negocio. Asimismo, el éxito del modelo de negocio estribará en la persistencia de las ventajas competitivas en que se apoye.

Tanto el atractivo del sector como lo acertado o no del modelo de negocio que adopte una empresa se ven influidos de forma determinante por el concepto de desarrollo sostenible. Sin embargo, por ser la base sobre la que se asienta el éxito de toda estrategia, en este epígrafe vamos a centrarnos en la influencia del desarrollo sostenible y de la responsabilidad social en la persistencia de las ventajas competitivas¹⁰.

La literatura de gestión empresarial ha analizado la persistencia de las ventajas competitivas a través de dos teorías: la teoría de la empresa basada en los recursos y la teoría de la empresa basada en las actividades. En líneas generales, la primera hace hincapié en la cartera de recursos y capacidades que las empresas generan y la segunda en las actividades que las empresas realizan.

Ambas líneas de pensamiento han sido fructíferamente interrelacionadas¹¹ bajo el paraguas de la creación de valor en la teoría denominada “visión dinámica de la empresa”. Como se representa gráficamente en la figura 2, tanto si hablamos de recursos como de actividades, su capacidad de servir de base a la creación de ventajas competitivas persistentes dependerá de su capacidad de defenderse frente al riesgo de imitación por parte de nuestros competidores actuales y de sustitución por parte de competidores potenciales.

Figura 2. Visión dinámica de la empresa



Fuente: Código de Buen Gobierno para la empresa sostenible (2002)

10 Para un tratamiento más extenso de este tema, véase Rodríguez, M.A y Ricart, J.E. Estrategia medioambiental y creación de valor. En dicho artículo se demuestra con numerosos ejemplos la influencia del medio ambiente en el atractivo del sector, el modelo de negocio y la perdurabilidad de las ventajas competitivas.

11 Véase Ghemawat, Pankaj, Strategy and the Business Landscape, Addison-Wesley, 1999.

En definitiva, se trata de determinar cómo el desarrollo de capacidades y actividades, las posibilidades de imitación y de sustitución de las mismas y, en suma, la persistencia de las ventajas competitivas, se ven influidos por las ideas de desarrollo sostenible y responsabilidad social corporativa.

Las áreas donde mayor incidencia tiene el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa son básicamente tres, la económica, la sociocultural y la medioambiental¹². En cada una de estas áreas se pueden encontrar diversas formas de entender el comportamiento social de la empresa, todas ellas con consecuencias positivas para el entorno social, pero de distinto origen, intensidad y consistencia. El origen del comportamiento social lo marca la creencia de que la empresa es un ente social y como tal ha de comportarse.

Este origen va a influir de manera notable en la intensidad del protagonismo social interno y externo que la empresa desempeña, y en su consistencia y perdurabilidad en el tiempo. Por ejemplo, las acciones filantrópicas de las empresas, ejecutadas de manera aislada, podrían encuadrarse dentro de la categoría de comportamiento social coyuntural, de origen propagandístico.

Sin embargo, un comportamiento social de origen estratégico, movido desde dentro de la organización hacia fuera, basado en sólidas creencias humanas y sociales, representa el polo opuesto del anterior ejemplo, definiendo un comportamiento social sustancial, sólido y legitimado por la sociedad.

Conociendo estas áreas, cada empresa deberá fijar el contenido de su responsabilidad social, como resultado de un análisis sistemático de los puntos de cruce de las áreas de actividad de la empresa y los agentes sociales afectados por la misma. Este análisis debe ser realizado por cada empresa, no en abstracto (Castillo, 1985). La definición de esas responsabilidades debe hacerse teniendo en cuenta dos límites:

El límite inferior o mínimo de responsabilidad: la observancia de las normas jurídicas más restrictivas. En aspectos donde no exista legislación se atenderá a los usos y costumbres.

El límite superior o máximo de responsabilidad: cuando la asunción de responsabilidad pueda suponer la pérdida de competitividad para esa organización, mermando gravemente su rentabilidad y, en última instancia, poniendo en peligro su existencia (Castillo, 1985; Nash, 1983). Tampoco intervendrá en aquellos aspectos que sean competencia de otros organismos, específicamente designados para tal fin (Humble, 1973; Drucker, 1988)¹³.

12 Las responsabilidades sociales de la empresa se han presentado de diferentes formas en la literatura. Todas ellas tienen el mismo contenido, sólo se diferencian en la presentación formal de las mismas. Véase CARROLL (1999); BOATRRIGHT (1993); CASTILLO (1985); SERRANO MARTÍNEZ (1981)

13 La empresa puede y debe asumir responsabilidad únicamente en aquellas áreas donde tenga autoridad. Corresponde a otras instituciones (Gobierno, sindicatos, organizaciones no gubernamentales) el resolver problemas sociales que la empresa no ha contribuido a crear (por ejemplo, urbanización, sanidad, etcétera)

1.4.2. Resistencias, excusas y motivaciones

Existen varias resistencias y excusas que impiden que se tome más en cuenta la responsabilidad social de las empresas. Las principales aparecen recogidas en el siguiente cuadro:

Cuadro nº 1. Resistencias y excusas a la RSC

RESISTENCIAS	EXCUSAS
<ul style="list-style-type: none"> • La necesidad de concentrarse en el negocio • El hecho de dar algo de dinero • Una implicación ficticia como la creación de un nuevo área sin intención real • La falta de estrategia • La falta de soporte financiero • Tener objetivos desproporcionados en comparación con el presupuesto • La falta de comunicación • La necesidad de concentrarse en el negocio • El hecho de dar algo de dinero • Una implicación ficticia como la creación de una nueva área sin real intención • La falta de estrategia • La falta de soporte financiero • Tener objetivos desproporcionados en comparación con el presupuesto • La falta de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Asimilar la RSC a un invento de los ecologistas y ONG's • Considerar la RSC una moda • Considerar la RSC una forma de marketing • Tener un tamaño de empresa demasiado pequeño • Considerar la RSC como un nuevo obstáculo para impedir a las empresas hacer su trabajo

Las motivaciones empresariales para adoptar iniciativas de RSE se recogen en el siguiente cuadro, así como el porcentaje de memorias que incluyen esta motivación:

Cuadro nº 2. Motivaciones para la RSC

MOTIVACIÓN	PORCENTAJE DEL TOTAL DE MEMORIAS QUE INCLUYEN ESTA MOTIVACIÓN.
Apoyo a la integración de la empresa en la sociedad	67.3
Transparencia	61.8
Apoyo a la gestión de los recursos humanos	58.2
Protección del medio ambiente	52.7
Reforzar la lealtad de los consumidores	49.1
Ética social	40
Apoyo a la cultura corporativa	20
Imagen y estrategia de marketing corporativo	10.9

Apoyo a la comunicación interna	9
Control de riesgos legales	1.8

Fuente: Fundación 1º de mayo

2. Las oposiciones y las contradicciones en el debate sobre la RSC

En el debate sobre la responsabilidad social corporativa, se pueden subrayar varias contradicciones y oposiciones que pasamos a determinar. No existe un consenso sobre varios temas. A continuación, se va a tratar de ver cuáles son esas principales contradicciones y acuerdos y nos apoyaremos como caso práctico en los comentarios Fundació Víctor Grífols i Lucas, *Corresponsabilidad empresarial en el desarrollo sostenible*, párrafo 7: Participantes en el seminario, 2004.

2.1. La empresa, ¿líder o no del cambio hacia la sostenibilidad?

El enfoque sobre RSC de la gestión empresarial supone un nuevo modelo de gobierno de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental. Cabría decir que la atención pública respecto a los impactos de las empresas sobre el medio ambiente adquiere un carácter universal en la segunda mitad de los años ochenta, extendiéndose el escrutinio a lo social en la década de los noventa. La filosofía de la responsabilidad social corporativa aporta una novedad fundamental; ésta radica en que las demandas sociales de prácticas empresariales en RSC no son intermediadas por el Estado; se articulan a través de los mercados de producto, consumo responsable; de capitales, inversión socialmente responsable (ISR) o Inversión en RSC; o a través de otros activismos no intervenidos por los estados. La adopción de criterios de responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión empresarial entraña la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y, finalmente, el escrutinio externo de los mismos. Se dice que las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando prestan atención a las expectativas que tienen los diferentes grupos de interés (*stakeholders*: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medio ambiente, accionistas, proveedores, etc), siendo por tanto la empresa quien lidera el cambio hacia la sostenibilidad.

En relación con el debate mencionado al inicio de este epígrafe nos encontramos los siguientes comentarios:

Hay una toma general de conciencia de los ponentes de que hoy en día “la sociedad vuelve la mirada a la empresa para que solucione los problemas globales” (Juan Alfaro). “Los consumidores y la sociedad en general exigen a las compañías un comportamiento responsable que vaya más allá del cumplimiento de la legislación y la creación de puestos de trabajo” (M^a Luz Castilla). Se explica sobre todo por la disminución del rol de los gobiernos.

A partir de ahí, hay quien considera que la sociedad tiene razón y que es parte de la responsabilidad de las empresas arreglar los problemas ambientales y sociales: “La evolución de la política internacional y la creciente implantación de fórmulas liberales reducen la

capacidad de gestión de los gobiernos y dejan en manos de las corporaciones privadas la mayor parte de las inversiones en sectores clave para el desarrollo (Joaquim Elcacho). Y, por otro lado, quien no considera que las empresas tengan esa responsabilidad (sobre todo los empresarios): "No podemos esperar que las empresas lideren el cambio que se necesita hoy día para hacer más sostenible el modelo de crecimiento" (Ángel Puyol). "No creo que las empresas deban compensar al medio ambiente y a la sociedad por su actividad empresarial" (Xavier Casino).

Pero, de forma general, el debate gira sobre todo en torno al grado de responsabilidad y el rol que tienen las empresas. "Las grandes empresas tienen una responsabilidad aún mayor" (Xavier Casino). "Parece lógico que se exija más responsabilidad cuanto mayor sea la capacidad o poder de incidencia" (Eduard Cantos Font).

Parece ser también que hay un consenso casi general en que es responsabilidad de todos el dirigirse a la sostenibilidad. "El mundo avanzara hacia la sostenibilidad si cada agente actúa con la mayor responsabilidad y eficacia" (Jesús García Gombáu). "Es necesario un compromiso de cada uno en su papel" (Jordi Molina). "El desarrollo sostenible pasa por una modificación del estilo de vida de los ciudadanos" (Ángel Puyol).

Lo que no debemos es escondernos detrás de la empresa. "Intentamos trasladar nuestras responsabilidades a entes superiores como la empresa, pero las empresas están formadas por personas" (Xavier Casino).

2.2. ¿La responsabilidad social corporativa debe de ser un acto voluntario de las empresas o hay que legislar?

La necesidad de legislar la responsabilidad social corporativa (RSC) centra uno de los ejes de debate de esta nueva estrategia empresarial, existiendo dos posturas encontradas:

Por un lado, se señala la imposibilidad de legislar la excelencia empresarial, ya que hay aspectos que van más allá de la ley. además, el carácter global de ciertas empresas supera la leyes nacionales, por lo que sólo se puede contar con el compromiso de los empresarios a la hora de cumplir, por ejemplo, con los derechos laborales.

Sin embargo, por otro lado se señala la necesidad de aprobar una ley que establezca la transparencia, por medio de auditorías externas, que reconozca "los esfuerzos de aquellas empresas que ya hacen las cosas bien" y que nazca del diálogo entre todos los actores: Administración, empresas, expertos y sociedad civil.

Los argumentos esgrimidos por los participantes en nuestro debate de referencia fueron los siguientes:

El argumento "la responsabilidad social de las empresas debe de ser un acto voluntario" está desarrollado por varios empresarios u organizaciones de empresas. "Parecen más creíbles

los compromisos a medida que cada organización asume desde su libertad y responsabilidad” (Alba Cabañas).

La principal explicación proviene del *“reconocimiento de múltiples patrones de sostenibilidad”* (Alba Cabañas). Coexisten tantos modelos de empresas sostenibles, como sistemas sociales, éticos, físicos y competitivos y por lo tanto, parece difícil seguir un único modelo de estrategia empresarial sostenible. Desde allí es preferible que la empresa tome sus propias medidas de forma voluntaria.

Del otro lado, las ONG’s, los sindicatos y el mundo académico suelen afirmar que *“es preciso legislar”* (Victoria Camps). *“Deben ser incluidas las medidas sociales y medioambientales en normas jurídicas vinculantes”* (Oriol Mir Puigpelat). Este punto de vista se explica porque se toma como base que si las empresas hacen lo que quieren y se auto proclaman *“responsables”*, el termino va a perder de su significado y al mismo tiempo de su valor.

Sin embargo, hay una toma de conciencia de la necesidad de motivar a las personas al mismo tiempo que se legisla. *“La responsabilidad, no puede ser únicamente legal”* (Ángel Puyol). Es primordial que las empresas se responsabilicen y se motiven a través de una reflexión sobre su filosofía y sus principios: *“Las empresas han de actuar de acuerdo con una filosofía, unas estrategias y unos principios”* (Jesús García Gombáu).

De entre los ponentes, algunos consideran que no sólo es preciso legislar, sino que también es imprescindible la constitución de estructuras mundiales para poder imponer a las empresas unas reglas de alcance mundial. *“Es necesario un derecho global en un mundo globalizado”* (Oriol Mir Puigpelat). *“Debería promoverse la existencia de tribunales de justicia transnacionales”* (Margarita Voladeras). De hecho, sin la existencia de este tipo de reglas, las empresas se pueden aprovechar de las condiciones favorables de algunos países.

Dentro de lo que se tiene que legislar está el denominado *“triple balance”* económico, social y medio ambiental. Hay que estudiar la posibilidad de imponer a las grandes empresas la obligación de efectuar y presentar el denominado triple balance” (Oriol Mir Puigpelat).

Existe también un debate similar sobre los códigos de conducta dentro de las empresas. *“La implantación de un código de conducta en todas las empresas y la definición de valores son elementos indispensables y visibles del concepto ético”* (Jesús García Gombáu).

Para poder evaluar los compromisos de las empresas, hace falta tener y crear indicadores *“Los compromisos sociales y ambientales adoptados por las corporaciones requieren de indicadores precisos, verificables y consensuados por los agentes sociales y las administraciones”* (Manuel Garí Ramos).

2.3. Las diferencias en torno a la RSC entre las grandes y las pequeñas empresas

La mayor parte del tejido empresarial español está constituido por PYMES (99,7%) y las medidas de RSC a adoptar por PYMES y grandes empresas no pueden lógicamente ser las mismas. Hasta el momento actual, las principales actuaciones llevadas a cabo en materia de RSC han correspondido a grandes empresas. Las pymes se encuentran actualmente muy aturdidas y creen que las grandes empresas pueden llegar a presionarles para, como proveedores, obligarles a aplicar las mismas normas de RSC que ellas está aplicando. De esta forma, observan a su alrededor que todo el mundo habla, debate o aplica medidas de RSC y ellas se encuentran con que no saben cómo hacerlo. La idea es ofrecerles herramientas útiles, prácticas y cercanas para ayudarles a salir de ese aturdimiento.

Los ponentes son conscientes de la diferencia importante que existe entre las grandes y las pequeñas empresas y que no se las debe tratar de la misma forma. “En cuanto a las pequeñas empresas, hay que idear fórmulas diferentes a las actuales” (Manuel Garí Ramos).

Las principales diferencias son el entorno en el cual actúan (*“las pequeñas empresas desarrollan su actividad en entornos locales, mucho menos abstractos”*, Alba Cabañas Varales) y la propia organización (*“en una PYME, si el director está comprometido, el camino a seguir está muy claro, en las grandes empresas, las grandes estructuras y la burocracia pueden dificultarlo mucho”*, Jordi Molina).

2.4. La voluntad de gestionar el cambio

La amplia reestructuración que tiene lugar a nivel mundial con origen en la globalización económica, suscita preocupación entre los trabajadores y otros interesados porque el cierre de una fábrica o los recortes importantes de mano de obra pueden provocar una crisis económica, social o política grave en las comunidades¹⁴.

Reestructurar, desde un punto de vista socialmente responsable, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, la forma es a menudo tan importante como el fondo para el éxito de las reestructuraciones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abiertas. Además, las reestructuración debe prepararse bien, identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios¹⁵.

Consideramos que los procesos de reestructuración deberían tratar de salvaguardar los derechos de los trabajadores y ofrecerles:

¹⁴ Son pocas las empresas que no necesitan una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla, y en 2000 se produjeron más fusiones y adquisiciones que en cualquier otro año. Según un estudio, menos del 25 % de las operaciones de reestructuración logran sus objetivos de reducción de costes, incremento de la productividad y mejora de la calidad y del servicio al consumidor, ya que a menudo dañan la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

¹⁵ La experiencia de las reestructuraciones más importantes realizadas en Europa en las industrias del carbón y del acero y los astilleros ha demostrado que la reestructuración resulta más fructífera si en ella colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores.

Cursos de reciclaje profesional, en caso necesario.

Modernizar los instrumentos y los procesos de producción para desarrollar las actividades del emplazamiento.

Obtener financiación pública y privada.

Establecer procedimientos de información, diálogo, cooperación y asociación.

En definitiva, consideramos que las empresas deberían asumir su cuota de responsabilidad por lo que respecta al mantenimiento de la empleabilidad de su personal. Asimismo, consideramos que las empresas pueden atenuar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión, comprometiéndose con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo mediante su participación en las asociaciones en favor del empleo local o la inclusión social¹⁶.

Las opiniones de los participantes fueron las siguientes:

De forma general, los ponentes tienden a abordar más el tema de legislación o de los incentivos de mercado (*“los incentivos de mercado pueden mover la actividad empresarial hacia la sostenibilidad”*, Jesús Llaría) que el problema de nuestra voluntad hacia el cambio. Lo que se puede interpretar como una duda compartida entre los exponentes sobre la existencia real de una voluntad de cambio.

De hecho, los que se plantean el problema toman sobre todo una actitud de duda. *“Muchas veces vemos el bien pero no lo hacemos. Lo que falta, es la voluntad”* (Victoria Camps), *“¿Qué costes estamos dispuestos a asumir por el mismo, si es que estamos dispuesto a asumir algo?”* (Joan Grau).

2.5. Conclusiones

Son muchas las contradicciones y las oposiciones que existen en el discurso sobre la responsabilidad social de las empresas. Queda claro que las empresas tienen un papel que jugar pero, en función de a quién se pregunte, éste cobrará mayor o menor importancia. Además, hay opiniones distintas en torno a la cuestión de cómo se debe jugar este papel. ¿Debe ser legislada la RSC o tiene que ser un acto voluntario? Por el momento, sigue habiendo empresarios que piensan que no es necesario legislar.

El gran número de preguntas que quedan por responder deja claro que el debate no está todavía acabado. Además, por el momento sigue siendo un debate de especialistas y si es verdad que la sociedad pide a las empresas cada vez más, también es verdad que los conceptos y los pedidos no están integrados.

Nuestra impresión es que estamos ahora en la segunda fase del proceso que va de la toma de conciencia a la integración de actitudes. La primera etapa de toma de conciencia del

¹⁶ La Fundación Empresa y Sociedad (FES), creada en el marco de la acción piloto del FSE sobre el capital social local, en virtud del artículo 6, constituye un ejemplo interesante de la participación de las empresas privadas en la promoción de la cohesión social. Esta Fundación favorece la ayuda a microproyectos, normalmente microempresas, en un barrio desfavorecido de Madrid. Además de las microsubvenciones, se ofrece, con carácter gratuito, un sistema de tutoría a cargo de profesionales de empresas privadas. El FSE ha ofrecido también una ayuda suplementaria en forma de microcréditos complementarios y de donación de equipo informático por parte de empresas privadas.

problema ya se ha superado. La segunda etapa consiste en definir cuáles son los valores que queremos y cómo los vamos a integrar en nuestras actuaciones. La tercera es la etapa de integración de esos valores con la consiguiente toma de medidas. La cuestión de la voluntad de cambio que tenemos es muy importante en el desarrollo de este proceso. La sociedad todavía tiene ideas muy confusas. Es necesario que se transmiten los valores que se están debatiendo a nivel de especialistas, al conjunto de la sociedad, gracias a una comunicación adecuada y a la formación. El ejemplo también es primordial: las ONG's, los sindicatos y las empresas sensibilizadas tienen un papel muy importante que jugar.

3. Los compromisos de las empresas

Las empresas, los responsables políticos y otras partes interesadas reconocen la responsabilidad social como un elemento importante de las nuevas formas de gobierno. La globalización ha creado nuevas oportunidades para las empresas, pero ha aumentado también el grado de complejidad organizativa, al tiempo que la creciente expansión de sus actividades en el extranjero hace surgir nuevas responsabilidades a escala global, en particular en los países en desarrollo. Aspectos como la imagen y el prestigio desempeñan un papel cada vez más importante para la competitividad en el contexto empresarial.

El gobierno mundial y la interrelación entre el comercio, la inversión y el desarrollo sostenible son aspectos cruciales del debate sobre la responsabilidad social de las empresas. En efecto, una toma de conciencia de las cuestiones e inquietudes suscitadas por la responsabilidad social corporativa permitiría promover inversiones de carácter más sostenible, así como políticas de cooperación al desarrollo y transferencias tecnológicas más eficaces.

Ambos procesos de liberalización del comercio y de los mercados financieros deberían ir acompañados de un sistema eficaz de gerencia mundial que tenga en cuenta la dimensión social y ecológica. Con la globalización, las empresas se han visto cada vez más expuestas a la delincuencia económica de más allá de las propias fronteras, situación que exige una respuesta internacional.

Las empresas multinacionales que cumplan las normas acordadas internacionalmente podrán contribuir a un funcionamiento más sostenible de los mercados comerciales internacionales, por lo que es importante que la promoción de la responsabilidad social corporativa a ese nivel se base en normas internacionales y en instrumentos consensuados.

Los desafíos que plantean la sensibilización, la divulgación y la adopción generalizada de prácticas socialmente responsables en las empresas se derivan de:

La falta de información sobre la relación que existe entre la responsabilidad social y los resultados económicos de las empresas.

La ausencia de consenso entre las distintas partes interesadas en torno a una definición adecuada de responsabilidad social, que tenga en cuenta su dimensión global, en particular la diversidad de los marcos políticos nacionales.

- La escasa educación y formación sobre el papel de la responsabilidad social corporativa, en particular en las escuelas de comercio y de gestión empresarial.

- La insuficiente sensibilización de las PYME's y sus recursos limitados.
- La falta de transparencia, que se deriva de la inexistencia de instrumentos ampliamente reconocidos para diseñar, administrar y divulgar las políticas en materia de responsabilidad social.
- El escaso reconocimiento y apoyo de los consumidores e inversores con respecto a los comportamientos socialmente responsables de las empresas.
- La falta de coherencia de las políticas públicas.

En principio, la adopción de una actitud de responsabilidad social corresponde a las propias empresas en interacción dinámica con sus interlocutores. Sin embargo, puesto que todo indica que la responsabilidad social de las empresas aporta un valor a la sociedad contribuyendo a un desarrollo más sostenible, las autoridades públicas deben fomentar las prácticas empresariales responsables desde un punto de vista social y ecológico.

La necesidad de una acción pública se deriva también de la gestión inadecuada a nivel mundial y nacional. Las políticas públicas en el ámbito de la responsabilidad social pueden imprimir una evolución positiva a la globalización, fomentando las buenas prácticas en las empresas como complemento de los esfuerzos realizados por las autoridades públicas en favor del desarrollo sostenible.

Sin embargo, la proliferación de distintos instrumentos en este ámbito (normas de gestión, sistemas de etiquetado y certificación, notificación, etc.) dificulta la comparación y puede confundir a las empresas, los consumidores, los inversores y otras partes interesadas, así como al público en general, además de provocar distorsiones en el mercado. Por lo tanto, las iniciativas mundiales en materia de responsabilidad social deberían tener como objetivo la convergencia de los instrumentos utilizados a fin de asegurar un funcionamiento adecuado del mercado interno y garantizar unas reglas de juego equitativas.

Las prácticas e instrumentos de responsabilidad social de las empresas cobrarán mayor eficacia si se inscriben en un esfuerzo concertado de todas las partes interesadas en pos de unos objetivos comunes. Además, dichas prácticas e instrumentos deberían ser transparentes y basarse en criterios o parámetros de referencia claros y verificables. Las políticas públicas pueden contribuir al desarrollo de un marco de acción que promueva la transparencia y, por ende, la credibilidad de las prácticas de responsabilidad social de las empresas.

3.1. El Pacto Global de la ONU y las Memorias de Sostenibilidad del GRI

Para poder asegurar que la empresa es socialmente responsable, es preciso traducir los principios de responsabilidad corporativa en variables medibles a través de la construcción de estándares e indicadores a partir de los cuales, y después de un proceso de auditoría social, se pueda concluir que la empresa es socialmente responsable.

El proceso que permite determinar si una empresa es socialmente responsable (la auditoría social) pasa por dos fases, fases que, haciendo un paralelismo con las auditorías de calidad, podríamos denominar normalización y certificación y que podemos definir:

- La normalización consiste en la elaboración, difusión y aplicación de unas normas por las que se establecen unos principios que aseguren la responsabilidad social corporativa. Estas normas pueden ser generales (si abarcan todas las dimensiones de la responsabilidad social corporativa) o sectoriales (si se concentran en una dimensión y/o en una industria y la regulan profusamente).
- La certificación es el proceso, y resultado, por el que una agencia independiente garantiza que la empresa está sujeta a la norma o estándar.

En el caso de la responsabilidad social corporativa, la certificación se denomina *social screening* o *social rating*.

El ámbito de la normalización es el más desarrollado hasta la fecha. Se cree que existen 225 normas o principios de responsabilidad social. Sin embargo, no todas ellas tienen el mismo grado de difusión y notoriedad. En el debate siguiente al lanzamiento en julio del 2001 por parte de la Unión Europea del *Libro Verde: Promover un marco europeo para el desarrollo de la responsabilidad social de la empresa*, se insistía en la necesidad de homogeneizar y reducir el número de propuestas, sintetizándolas en una ISO de carácter universal.

Aunque este organismo ha creado ya el comité que desarrollará la norma global de responsabilidad social corporativa, se prevé que muchas de las iniciativas seguirán siendo aplicadas por las agencias de *rating* social.

Las normas de responsabilidad social corporativa se pueden dividir en dos grupos: generales y sectoriales. El cuadro 3 recoge las principales normas disponibles en estos momentos.

En el ámbito de la certificación también encontramos varias propuestas. Por un lado, algunas de las organizaciones que aparecen recogidas en el siguiente cuadro han previsto un proceso de certificación para reconocer el cumplimiento de su respectiva norma de responsabilidad social corporativa. Es el caso de la ISO 14000 y la SA8000 que, como ya comentamos anteriormente, desarrollamos en el capítulo tercero de esta tesis.

Cuadro 3.
Principales normas de responsabilidad social corporativa.

Sectoriales	<p>Derechos Humanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amnesty Internacional Human Rights Principles for Companies. <p>Relaciones Laborales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices. • FLA Charter Management. • IFCTU Basic Code of Labour Practice. • Investors in People. • SA 8000 <p>Medio Ambiente.</p>
--------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 14000
Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Pacto Global de la ONU • Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative • Accountability 1000 • Caux Roundtable Principles • CERES principles • Ethical Trading Initiative Base Code. • Fortune's Corporate Reputation Index • Global Reporting Initiative • Global Sullivan Principles • Os for Multinational Enterprises • United Nations Global Compact

Fuente: Elaboración propia.

Si bien iniciativas de divulgación de la RSC hay muchas, creemos que estas dos pueden ser consideradas las más importantes a nivel mundial.

3.1.1. Pacto Global de la ONU

El objetivo del Pacto Mundial es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas junto a valores y objetivos éticos universalmente consensuados e internacionalmente aplicables. Estos valores éticos básicos han sido formulados en diez principios clave en las áreas de derechos humanos, derechos laborales y protección del medio ambiente y se resumen en:

- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente declarados.
- Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.
- Apoyar a libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral.
- Eliminar toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.
- Erradicar el trabajo infantil
- Eliminar la discriminación en el empleo y la ocupación
- Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental
- Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.
- Facilitar el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medioambiente
- Luchar contra la corrupción.

Para ayudar a las empresas en esta tarea, Kofi Annan ofreció el apoyo de tres agencias de la ONU: la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, la Organización

Internacional del Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Otras agencias de la ONU participan activamente en la actualidad en el Pacto Mundial, destacando el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo¹⁷. Además, hemos de señalar que en octubre 2005, se ha lanzado un programa informático, desarrollado por la propia ONU, que deben instalar todas las empresas adheridas al Pacto Mundial con la finalidad de poder realizar un seguimiento real a aquellas empresas comprometidas con el respeto a los diez principios que lo componen.

Tabla nº 1
Dispersión geográfica de las empresas ligadas al Pacto Global.

País	Nº	País	Nº	País	Nº
Armenia	1	Guayana	1	Perú	1
Australia	18	India	101	Filipinas	150
Austria	4	Indonesia	3	Polonia	4
Bahrein	1	Israel	1	Portugal	1
Bangladesh	2	Italia	21	Qatar	3
Bélgica	4	Japón	15	Rusia	16
Brasil	78	Corea	1	Serbia-Montenegro	1
Bulgaria	25	Latvia	13	Sudáfrica	7
Camerún	27	Líbano	1	España	124
Canadá	10	Lesotho	2	Sri Lanka	36
Chile	10	Luxemburgo	1	Suecia	18
China	17	Malasia	1	Suiza	16
Costa Rica	1	México	3	Tanzania	1
Dinamarca	15	Mozambique	3	Tailandia	14
Egipto	10	Nepal	10	Turquía	51
Finlandia	6	Holanda	5	Uganda	1
Francia	216	Nigeria	1	Emiratos Árabes	1
Alemania	27	Noruega	9	Reino Unido	32
Georgia	1	Pakistán	2	Estados Unidos	51
Ghana	7	Panamá	37		
Grecia	2	Paraguay	1		

Fuente: Elaboración propia

Tabla nº 2
Dispersión sectorial de las empresas ligadas al pacto global.

Sector	Nº de empresas
Agricultura	13
Automóviles	28
Aviación	19
Asociaciones Privadas	14
Químicas	22
Ayuntamientos	2
Sociedades civiles	10
Comercio y Distribución	50
Construcción	45
Auditoría y Consultoría	66
Educación	19
Energía	41
Bancos y Aseguradoras	117
Comida y Bebida	119
Salud	11
Tecnología y Comunicaciones	60

¹⁷ Las tres áreas de derechos humanos, derechos laborales y el medio ambiente fueron elegidas como aquellas en las que las empresas tienen mayor potencial de influencia y en las cuales pueden colaborar para producir un cambio positivo. Además, estas áreas están inspiradas por los siguientes tres acuerdos internacionales: La Declaración Universal de los Derechos Humanos; la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios Fundamentales y Derechos Laborales y la Declaración de Río de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Sindicatos	2
Manufactureras	132
Multimedia y entretenimiento	40
Minería y Metal	25
Aceites y Petróleo	23
Productos de cuidado personal y del hogar	15
Farmacéuticas	16
Servicios de atención al público	10
Papel y celulosas	15
Compañías estatales	7
Telecomunicaciones	11
Cuero y textil	55
Ocio y Turismo	15
Transportes y Almacenes	28
Desconocido	238

Fuente: Elaboración propia.

Los datos sectoriales correspondientes a las empresas españolas se encuentran recogidos en la siguiente tabla.

Tabla nº 3
Dispersión sectorial de las empresas españolas ligadas al pacto global.

Sector	Nº de empresas
Aviación	1
Asociaciones Privadas	1
Químicas	3
Comercio y Distribución	8
Construcción	9
Auditoría y Consultoría	2
Energía	5
Bancos y Aseguradoras	11
Comida y Bebida	12
Tecnología y Comunicaciones	5
Manufactureras	3
Multimedia y entretenimiento	8
Aceites y Petróleo	1
Productos de cuidado personal y del hogar	2
Farmacéuticas	1
Cuero y textil	27
Ocio y Turismo	1
Transportes y Almacenes	4
Desconocido	17

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2. Memorias de Sostenibilidad del G.R.I.

Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso internacional a largo plazo en el que han participado diversas partes interesadas, y cuya misión es elaborar y difundir la *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Esta guía es para uso voluntario de las organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios, y su objetivo es el de apoyar a las organizaciones y a las partes interesadas en la articulación y comprensión de las contribuciones, de las entidades que realizan informes de este tipo, al desarrollo sostenible.

Para el estudio de las memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative, hemos considerado los epígrafes que desarrollamos a continuación.

El GRI considera que estos principios son esenciales para su marco de elaboración de memorias, por lo cual se aconseja a las organizaciones que apliquen estos principios en la elaboración de las mismas. En conjunto, los principios establecen un acuerdo entre organizaciones informantes y usuarios de las memorias, que garantiza un entendimiento común por ambas partes de los aspectos de las memorias elaboradas según el modelo del GRI. Constituyen un punto de referencia importante para ayudar a los usuarios a interpretar y evaluar las decisiones de las organizaciones en lo referente al contenido de sus memorias. Los principios están concebidos con vistas al futuro. Con ellos se pretende crear unos cimientos duraderos sobre los que la medición de la actuación pueda seguir desarrollándose a partir de los nuevos conocimientos y el aprendizaje.

Los principios constituyen objetivos que los informantes deberían esforzarse por alcanzar. Algunas organizaciones informantes pueden no ser capaces de aplicarlos en su totalidad a corto plazo. Sin embargo, todas deberían ir aumentando el nivel de rigor con el que aplican los principios a sus procesos de elaboración de memorias, del mismo modo que van mejorando los distintos aspectos de su actuación económica, ambiental y social¹⁸.

Los once principios descritos en el siguiente apartado ayudarán a garantizar que las memorias:

- Presenten una explicación equilibrada y razonable de su desempeño económico, ambiental y social, y la contribución al desarrollo sostenible derivado de ellas.
- Faciliten las comparaciones a lo largo del tiempo.
- Faciliten las comparaciones entre organizaciones.
- Aborden temas de interés para las partes interesadas de manera fiable.
- Los principios del GRI se dividen en cuatro grupos:
- Los que forman el marco de la memoria (transparencia, globalidad, auditabilidad).
- Los que afectan a las decisiones sobre qué incluir en la memoria (exhaustividad, relevancia, contexto de sostenibilidad).
- Los que pretenden garantizar la calidad y la veracidad (precisión, neutralidad, comparabilidad).
- Los que afectan a las decisiones sobre el acceso a la memoria (claridad, periodicidad).

¹⁸ Las memorias no necesitan contener una lista detallada que demuestre que se han adoptado todos los principios, pero sí deberían ofrecer algún tipo de explicación sobre cómo se han aplicado, en la que se haga referencia tanto a los éxitos como a los retos. En el caso de que una organización informante no tenga intención de aplicar estos principios, debería indicar en qué partes no lo hará y explicar los motivos. La información sobre la aplicación (o no aplicación) de principios debe aparecer en la sección de la memoria referente al perfil o en un apartado aparte que aborde los aspectos técnicos implicados en la elaboración de ésta.

Los principios de transparencia y globalidad constituyen el punto de partida del proceso de elaboración de memorias y se encuadran dentro del contexto al que pertenecen todos los demás principios. Todas las decisiones relativas a la elaboración de memorias (cómo, cuándo, qué, etc.) tienen en cuenta esos dos principios y los métodos asociados a ellos.

Los principios de contexto de sostenibilidad, exhaustividad y relevancia resultan fundamentales para determinar el contenido de las memorias. Éstas deberían contribuir a situar las actuaciones de las organizaciones en el contexto más amplio de los retos, los riesgos y las oportunidades de la sostenibilidad. La información de las memorias debe cumplir los requisitos de exhaustividad en términos de límites (por ejemplo, entidades incluidas), alcance (por ejemplo, temas o aspectos abordados) y marco temporal. Por último, la información presentada debe ser relevante para las necesidades a las que se enfrentan las partes interesadas en la toma de decisiones.

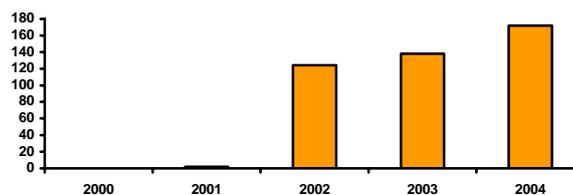
Los principios que definen la calidad y la veracidad del contenido de las memorias son la neutralidad, la comparabilidad y la precisión. Deberían poder realizarse comparaciones de memorias a lo largo del tiempo y entre organizaciones. La información debería ser lo suficientemente precisa y veraz como para ayudar en la toma de decisiones. Además, la memoria debería también presentar su contenido de forma equilibrada y objetiva. Los principios de claridad y periodicidad definen el acceso y la disponibilidad de las memorias. Explicado de manera sencilla, las partes interesadas deberían recibir una información fácilmente comprensible, y de manera oportuna, que les permita hacer un uso eficaz de ella.

Por último, el principio de auditabilidad guarda relación con otros principios, como los de comparabilidad, precisión, neutralidad y exhaustividad. Hace referencia, en concreto, a la capacidad para demostrar que tanto los procesos subyacentes a la elaboración de memorias como la propia información recogida en ellas cumplen las normas de calidad, veracidad y otras expectativas similares.

Desde el concepto de desarrollo sostenible, y como consecuencia de la evolución de la responsabilidad social de la empresa, se ha concebido un nuevo tipo de informe corporativo que las sociedades están comenzando a publicar con regularidad creciente: La Memoria de Sostenibilidad.

La adhesión de empresas españolas al G.R.I. ha aumentado exponencialmente en el período 2000 -2005.

Evolución de empresas españolas adheridas al G.R.I.



Fuente: Observatorio de Sostenibilidad en España: Sostenibilidad en España 2005. Primer Avance. Informe Primavera

3.2. Análisis de la situación en la Comunidad de Madrid

La Comunidad de Madrid presenta la peculiaridad de ser la sede social de numerosas grandes empresas nacionales, lo cual implica que son numerosas las iniciativas empresariales encontradas entre las empresas madrileñas en materia de RSC.

El número de empresas de la Comunidad de Madrid, según los últimos datos ofrecidos por el INE, ha ascendido a 407.655, lo que representa el 14% del total nacional.

La estructura de las empresas sigue la siguiente distribución:

Estructura de las empresas	Nº empresas	• % sobre el total
Industria	27.260	6,7
Construcción	47.513	11,7
Servicios	332.882	81,7

La Comunidad de Madrid recibió en el año 2003 el 67% del total nacional de inversión extranjera bruta, lo que la convierte en la primera región receptora de inversión exterior. Asimismo, la inversión de la Comunidad de Madrid en el exterior supuso en el año 2003 el 68% del total nacional, lo que la configura como la primera región inversora en el exterior.

La Comunidad de Madrid es la Comunidad Autónoma española con mayor nivel de PIB per cápita en 2003 (24.392 €) frente a la media nacional (18.208 €). Es un 34% superior a la nacional. El PIB per cápita de la Comunidad de Madrid en 2003 tiene un nivel 128, frente al nivel 100 de media de los veinticinco países de la Unión Europea y al nivel 95 de España.

Concentra en torno al 53% de las sedes sociales de las 500 mayores empresas españolas por cifra de ventas. Según el "Indicador Global de Penetración Regional de la Nueva Economía", Madrid ocupa la primera posición española, con un índice 155, siendo la media 100.

Además, no queremos dejar de mencionar en este apartado las inquietudes mostradas por el Gobierno madrileño en relación con la RSC. Así, por ejemplo, en estos días de primeros de noviembre de 2005, la Consejería de Economía del Gobierno regional ha firmado un acuerdo con la entidad financiera Caja Madrid que permitirá avanzar en la apuesta por el uso de las energías renovables, concretamente de la energía solar. En el año 2012 se prevé que 25.000 hogares de Madrid cuenten con paneles solares.

3.2.1. Las actuaciones de las empresas en el área laboral

Dentro de lo que es la RSE, la atención prestada a las distintas áreas medio ambientales, sociales y económicas por las empresas no se ha extendido de forma homogénea. Así, la dimensión laboral de la responsabilidad social empresarial ha recibido, en términos

generales, un menor grado de atención, en relación a otras áreas de actuación (como la gestión ambiental). Sin embargo, constituye una cuestión central, en la medida en que su desarrollo plantea una serie de interrogantes de indudable importancia, tales como el debate sobre la regulación legal de las actuaciones de RSE, las relaciones de complementariedad, concurrencia y/o conflicto entre las iniciativas laborales de RSE y la negociación colectiva, el riesgo de transferencia de la tutela normativa en materia laboral o medioambiental a las actuaciones voluntarias de las empresas, la gestión consensuada de tales iniciativas entre empresarios y sindicatos, o la participación de otros actores, como las organizaciones del tercer sector.

Las actuaciones laborales se reparten en varias áreas que se detallan en la tabla siguiente. A continuación nos vamos a centrar en las actuaciones que conciernen al fomento de la calidad en el empleo, y especialmente en las actuaciones en temas de seguridad y salud en el trabajo.

Tabla nº 4.
Fomento de la calidad en el trabajo: Seguridad y salud en el trabajo

Áreas de actuación	Porcentaje del total de memorias que recogen iniciativas de cada área	
Reconocimiento y promoción de los DDHH y sociolaborales básicos	10.9	
Fomento de la calidad en el empleo	Salud y seguridad en el trabajo	65.5
	Formación de los trabajadores	90.9
	Igualdad de oportunidades	9.1
	Mejora de la información y comunicación	70.9
	Conciliación de la vida laboral y familiar	32.7
	Fomento del empleo	16.4
Iniciativas en materia de subcontratación	18.2	
Gestión y adaptación al cambio	14.5	

Fuente: Fundación 1 de Mayo

Podemos concluir que las actuaciones en temas de salud y seguridad en el trabajo son recogidas en la mayoría de las memorias, junto con la formación de los trabajadores y la mejora de la información.

Dentro de la categoría “Fomento de la calidad en el empleo”, se contemplan diversas actuaciones, resumidas en la siguiente tabla:

Tabla nº 5
Fomento de la calidad en el empleo

Salud y seguridad en el trabajo	Convenio con el INST Programas o acciones de prevención Evaluaciones de riesgos laborales y psicosociales Servicio Mancomunado de Prevención
---------------------------------	---

	Requisitos a proveedores en materia de seguridad y salud en el trabajo Campañas sanitarias o de salud Formación a los trabajadores en seguridad y salud
Formación	Planes o programas de formación Formación vía <i>e-learning</i> , intranet, videoconferencia
Igualdad de oportunidades	Protocolo de igualdad de oportunidades
Mejora de la información y comunicación	Canales corporativos de comunicación (revista interna, intranet corporativa, buzón del empleado, encuesta de clima laboral, foros, reuniones, convenciones)
Conciliación vida laboral y familiar	Planes de apoyo a la maternidad y a la familia Planes de conciliación de la vida laboral y familiar Certificado "Empresa familiarmente responsable" Creación de una comisión de conciliación de la vida familiar y laboral Ventajas y beneficios sociales Fondos de ayuda para empleados Políticas de flexibilidad en la jornada laboral

3.2.2. Compromisos corporativos en materia de seguridad y salud en el trabajo de las empresas con actividad en la Comunidad de Madrid

A continuación, se resumen las principales actuaciones relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo de las empresas con sede social y/o con actividad relevante en Madrid de las que sabemos que presentan memorias de sus compromisos corporativos. En éste apartado hemos sintetizado lo manifestado por las mismas empresas, procurando respetar la esencia de sus enunciados.

Como se puede comprobar en la columna que hemos denominado "Tipo de compromisos y acciones en salud laboral", que abarca todo aquello que las firmas engloban en sus documentos, a nuestro entender y salvo error, bajo el paraguas de la salud y seguridad laboral, algunos de los items no se corresponden exactamente con los específicos de la prevención de riesgos laborales. Ni en la vertiente de la siniestralidad ni en el de la enfermedad en relación con en desempeño del trabajo.

En ocasiones, son asuntos relacionados con la salud de las personas en general, al margen de la exposición a riesgos determinados en su puesto de trabajo; en otras, se trata de acciones sanitarias preventivas generales o de la vigilancia de la salud no específicamente diseñada al servicio de la prevención de riesgos laborales; finalmente, en otras, la suscripción de pólizas de seguros genéricas para sus plantillas o de cobertura extraordinaria de gastos sanitarios, etc.

Sin embargo, en la medida en que estos compromisos y acciones son percibidos por las empresas como elementos de su compromiso corporativo y suponen ventajas sociales para los trabajadores de sus plantillas, hemos reflejado en este informe su existencia.

Empresa	Existencia de un compromiso público	Tipo de compromiso o acciones en salud laboral	Análisis de los resultados	Grado de participación de los trabajadores	Grado de participación de los sindicatos
Telefónica SA	Informe anual de sostenibilidad desde 2002	Suscripción de pólizas de seguros para sus empleados, exámenes de salud, campañas sanitarias, consultas sanitarias	Auditoría de relaciones laborales		
Vodafone España	Informe anual de Responsabilidad Corporativa desde 2000/2001	Control del contratista, planes de emergencia, conducción, trabajos con cargas, violencia en el trabajo, campañas y formación de PRL	Auditorías del grupo	"El compromiso y participación de todos los empleados en la gestión de la prevención es esencial"	
Iberdrola	Informe anual desde 2002	III convenio colectivo de Iberdrola grupo (política de empleo, conciliación de la vida familiar, derechos de la información), estudio de Clima Laboral 2004, Plan de Impulso a la Prevención (política de prevención, difusión, formación de 8 horas por empleado), exámenes sanitarios periódicos, campañas de vacunación	Certificación OHSAS 18001, auditorías	Convenios colectivos (95,8 % de los empleados están cubiertos), 38 Comités de Seguridad y Salud	Afiliación de los empleados 60%, participación durante un foro para establecer los acuerdos formales
Unión Fenosa	Memoria de sostenibilidad desde 2002	Formación de nivel básico, seguridad en las instalaciones			
CEPSA	Primera memoria de sostenibilidad, incluye años 2001, 2002, 2003	Convenios colectivos, seguros médicos, realización de pruebas médicas		Canales de comunicación interna	Informe económico trimestral
ENDESA	Informe anual de sostenibilidad desde 2001	Plan estratégico de PRL 2005 - 2009, Plan de Concienciación de Riesgos Laborales, Plan de Optimización de la actividad preventiva, formaciones, estudio de clima laboral, acuerdos con ONCE y Adecco, conciliación vida laboral y profesional, igualdad de oportunidades para la mujer	Implantación y certificación de sistemas de gestión de seguridad y salud, estudio de clima laboral	II convenio colectivo marco 2004	Existencia de 49 convenios colectivos
Red eléctrica de España	Informe anual desde 2002	Formación, servicio médico (campañas de vacunación, de prevención, de formación), conciliación vida laboral y personal	OHSAS 18001	Encuestas	Comisiones y grupos de trabajo: Comité de Seguridad y Salud, espacio virtual en la web interna

Siemens	Informe anual de sostenibilidad desde 2002	Gastos médicos o complemento durante la baja, seguros, servicio médico	OSA 18000, UNEW 81900-EX	Encuestas bianuales, reuniones, intranet corporativa, revista interna	Comité Intercentros, convenios colectivos
Tetra Pak	Informe anual de sostenibilidad	Plan de PRL, seguros médicos, formación	Informe de revisión de los resultados, certificación del sistema de PRL, filosofía WCM	Cuestionario de satisfacción	
Iberia	Informe anual sostenibilidad	Normas específicas propias, procedimiento de análisis de los accidentes, formación, guías médicas, campañas, fondos solidarios, fondos sociales, cobertura sanitaria		4 convenios colectivos, buzón de sugerencias, puertas abiertas de mandos	Existencia de 2 comités
Ferrovial	Añade a su informe anual contenidos relacionados con RSC	Planes de prevención de riesgos laborales	Visitas de seguimiento	Intranet, revista, encuesta de clima laboral, buzón de sugerencias	
AECA	Informe de sostenibilidad desde 2002	Informe sobre la salud laboral en la empresa			
Renfe cercanías	Primera memoria de sostenibilidad 2003	Formación en PRL, programas de prevención de enfermedades, existencia de un servicio de prevención	Índice de accidentabilidad	Intranet, revistas, grupos de iniciativa y mejora	Existencia de una comisión de conflictos laborales, comisión de seguridad y salud
Renfe AVE	Memoria de sostenibilidad desde 2001	Formaciones, programas de prevención de enfermedades, existencia de un servicio de prevención	Índice de accidentabilidad	Revistas, intranet, estudios de satisfacción, grupos de iniciativa y mejora	Afiliación de 60%
Banesto	Memoria de sostenibilidad 2003	Escasa información sobre la salud laboral		Gestión personalizada, estudio de satisfacción, concurso de ideas	
Grupo FCC construcción	Primera memoria de sostenibilidad 2003, 2004	Formación, servicio de prevención, comisión de seguridad en cada obra, distribución de manuales de seguridad	Audit. exterior, documentos de obra		
Grupo SOS	Memoria de sostenibilidad, primera en 2003	Existencia de varios convenios colectivos, seguros, sistema de gestión de la prevención propio, servicio de prevención ajeno, formación		Grupos de mejora, intranet, buzones de sugerencia	

BBVA	Informe 2004	Medicina de trabajo, información, formación, ergonomía		Encuesta de satisfacción	Existencia de comités
Caixa Galicia	Primer informe en 2003	10 principios básicos propios, diseño de puestos, medicina en el trabajo, control preventivo, higiene industrial, control preventivo en contratistas, investigación de accidentes, formación	Auditoría externa		Comité de Seguridad y Salud
Grupo Santander	Segundo informe en 2003	Formación, seguros adicionales	Auditoría externa	Carta del presidente a los empleados que ha dado lugar a nuevos proyectos, intranet, guía de primeros auxilios	Comité Estatal de Seguridad y Salud
Inditex	Memoria de sostenibilidad 2003	Describen las acciones en cada uno de los países donde actúan			
Repsol	Memoria de sostenibilidad 2004	Sistema de gestión de la seguridad, Proyecto accidentes 0, variable en función de objetivos de seguridad, investigación de los accidentes, formación, fichas de datos de seguridad	OHSAS 18001, seveso II	Normas, guías, boletín semanal, tablones de anuncios, internet, asociaciones de empleados	III Acuerdo Marco
Caja de Ahorros El monte		Formación, diseño de puestos de trabajo, seguridad personal, protecciones en las situaciones de embarazo y lactancia, campaña contra el tabaco, prevención del SIDA		Informes internos, periódico electrónico, convención de mandos, puertas abiertas	Comité Intercentros de Seguridad y Salud, existencia de comisiones

3.3. Primeras consideraciones

Las empresas demuestran a través de sus memorias de sostenibilidad que han entendido el beneficio que les proporciona gestionar su empresa teniendo en cuenta los intereses de todas las partes interesadas.

Sin embargo, inferimos que no todas las empresas ven a las partes interesadas de la misma forma. Algunas empresas entienden que su actividad debe servir a los intereses de todos y otras entienden que servir a los intereses de todos puede servir a sus propios intereses. Es decir, la RSC es a veces un fin (según la redacción de los informes, quizás no sea así en la realidad...) y otras veces un medio, lo que es muy distinto. Por ejemplo, algunas empresas introducen en su memoria de sostenibilidad "Querido Accionista", lo que muestra que el objetivo de la RSC en ese caso, para la dirección de la empresa, es claramente el interés económico.

En lo referente al compromiso social de las empresas hacia sus plantillas y concretamente respecto a las medidas de prevención de riesgos laborales, muy pocas de ellas han establecido mecanismos concretos públicamente conocidos para facilitar la participación del

conjunto de los trabajadores, y específicamente de sus representantes legales (Comités de empresa, sindicatos, Delegados de Prevención, etc.), en el proceso de diseño y adopción de los objetivos para los nuevos compromisos corporativos: seguimiento de la ejecución y evaluación de los resultados obtenidos.

El gran número de acciones emprendidas y relatadas en las memorias muestra que las empresas se están comprometiendo. Sin embargo, es muy difícil evaluar hasta qué punto las empresas tienen una cultura de responsabilidad social y se comprometen realmente en el día a día.

Sería interesante saber si la información llega a las partes interesadas y hasta qué punto las mismas notan el esfuerzo realizado por la empresa. Para ello, sería conveniente elaborar y pasar un cuestionario con el fin de detectar las opiniones existentes entre las partes interesadas en el interno y el externo de la empresa. Podría ser una indicación muy valiosa de la percepción que tienen diversos colectivos sobre los compromisos empresariales y también permitiría conocer hasta qué punto las empresas se están comprometiendo. Algunas empresas hacen encuestas sobre el clima laboral (más allá de los discutibles del término y la herramienta); pero no son muchas y no se sabe hasta qué punto evalúan y sacan conclusiones prácticas de los resultados de las encuestas.

Sería interesante también que haya más seguimiento no sólo cuantitativo, sino también cualitativo, de las políticas implantadas y de sus resultados.

La mayoría de las memorias de sostenibilidad se elaboran siguiendo el mismo índice (Global Reporting Initiative). De manera general, las iniciativas son similares en los temas que las empresas entienden como englobados en el epígrafe de la salud laboral. Las empresas que adoptan fórmulas de compromiso corporativo son mayoritariamente grandes empresas.

4. Grupos y foros en España sobre la responsabilidad social corporativa

- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
Entre otros temas, investiga en el ámbito de la RSC, Gobierno Corporativo y Contabilidad Social y Medio ambiental.
- Cátedra en análisis de la responsabilidad social corporativa.
Agrupa a la Universidad Antonio de Nebrija junto con el Grupo Santander y la Fundación Empresa y Sociedad. La Cátedra tiene como principal actividad el análisis del conjunto de elementos indicadores y variables que definen la responsabilidad social de la empresa y promueve y coordina además las actividades de la Universidad Antonio de Nebrija relacionadas con la investigación y difusión de conocimientos sobre la responsabilidad social de la empresa española
- EBEN: European Business Ethic Network.
Organización sin ánimo de lucro. Red internacional dedicada íntegramente a la ética empresarial en la industria privada y pública europea con sedes nacionales en 33 países. En España está representada por la Asociación Española de Ética de la Economía de las Organizaciones.

- Economistas sin fronteras.

Es una asociación sin ánimo de lucro que busca la cooperación para la mejora de las condiciones de vida de los más desfavorecidos, tanto de forma directa como mediante apoyo especializado a otras ONG's. Canaliza el esfuerzo de voluntarios (tanto economistas como no economistas) hacia las tareas de solidaridad con los colectivos más marginados y necesitados. Apoya a la gestión de ONGs, de proyectos de cooperación, sensibilización y publicaciones.

- Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones.

Rama española del European Business Ethic Network, organización creada para promover el estudio y la aplicación de la ética en el ámbito de la economía, las organizaciones y los negocios. Funciona como una red compuesta por socios institucionales, individuales y corporativos, de forma que, pagando una cuota anual, pueden participar en las actividades y recibir *newsletters* y otro tipo de información.

- Forética.

Forética es una asociación sin ánimo de lucro cuya iniciativa surge en el seno del X Congreso de Empresas de Calidad (Barcelona, 1999). Diversos profesionales, empresarios, académicos y ONG's se reúnen en un foro multidisciplinar. Ha elaborado la Norma de Empresa SGE 21, en la que participaron más de 100 expertos representando a todos los grupos de interés. Este documento recoge el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, alcanzar una certificación.

- Foro de Reputación Corporativa.

El Foro de Reputación Corporativa es un lugar de encuentro. Los socios trabajan en el análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de reputación corporativa en la gestión empresarial.

- Fundación AVINA.

Centrada en el desarrollo sostenible, su campo de actuación es Estados Unidos, América Latina, España y Portugal. Su funcionamiento se basa en la colaboración con empresas en proyectos (realizados por éstas y con claros objetivos) que contribuyan a mejorar la sociedad en su conjunto.

- Fundación Ecología y Desarrollo.

Es una fundación creada por profesionales en 1992, que se centra en el desarrollo sostenible. Parte de un enfoque especializado en medio ambiente, hacia la difusión de la responsabilidad social. Organiza Eco auditorias, participa en el diseño de políticas ambientales. Realiza campañas de sensibilización.

- Fundación Empresa y Sociedad.

Tiene un enfoque empresarial. Asesora en aplicación de recursos para la acción social, consultoría de estrategia, gestión y comunicación. Las empresas que pertenecen a la FES se comprometen a mejorar su estrategia y práctica de acción social y a comunicarla adecuadamente.

- Fundación Entorno.

La Fundación Entorno es una organización privada y sin ánimo de lucro al servicio de las empresas que desean reforzar su compromiso con el desarrollo sostenible. Impulsada en 1995 por un grupo de grandes compañías, tiene como misión promover el liderazgo empresarial en la creación de valor sostenible.

- Fundación Ineval.

Es una fundación cuyo objetivo es difundir los valores humanos como medio para aumentar la rentabilidad empresarial y el bienestar individual. Es miembro fundador de Forética. Organiza actividades formativas siguiendo una metodología original con carácter eminentemente práctico. Su principal objetivo es que las personas alcancen un equilibrio emocional sólido, desarrollar la comprensión del comportamiento propio y ajeno y así conseguir equipos humanos que trabajen de manera armónica. Mejora las relaciones, el capital humano en las empresas e incrementa su creatividad.

- Fundación Lealtad.

Es una fundación cuyo fin es fomentar la confianza de particulares y empresas en asociaciones que cumplan fines de acción social, de cooperación al desarrollo y acción humanitaria. Provee información y guías. Colabora con determinadas instituciones para ayudar en la utilización de principios de transparencia y buenas prácticas.

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.

Red de organizaciones civiles, sindicales, de consumidores y de usuarios cuya misión es enriquecer desde la experiencia de la sociedad civil, la teoría y la práctica del desarrollo real de la responsabilidad social corporativa en España.

- Pacto Mundial España.

El movimiento de adhesión al Pacto Mundial ha dado lugar en España a la creación de un Comité de Coordinación y a la constitución de una asociación (ASEPAM).

5. El estado de la cuestión de los indicadores

5.1. Introducción

Prevención y precaución.

La cultura preventiva respecto a los riesgos laborales tiene importantes relaciones con la cultura de la precaución medioambiental. La salud pública, la salud laboral y la calidad ambiental dentro y fuera de las empresas son espacios íntimamente relacionados con muchos elementos comunes. Y, en cualquier caso, inciden sobre unos seres humanos que a la vez y sin solución de continuidad son trabajadores, consumidores y ciudadanos.

Cada uno de los tres ámbitos (y disciplinas de estudio) tiene fuertes especificidades que no se pueden obviar. Hacerlo supondría un importante error reduccionista que impediría el análisis, las soluciones y la propuesta de políticas adecuadas. A la vez, obviar los nexos -mediante una división formalista de las disciplinas, métodos de análisis y objetos de estudio- implicaría la incapacidad de comprensión de una realidad compleja e interactuante que sólo puede ser abordada de forma interdisciplinar y cuyos problemas comportan soluciones integrales polifacéticas.

Por ello, en el marco de los programas de Naciones Unidas, en el quehacer de la OIT, en la orientación de la Unión Europea y en la de nuestro país, los investigadores y académicos, al igual que legisladores y gobernantes, empiezan a abordar los problemas desde ambas perspectivas. Tanto las organizaciones empresariales como las sindicales vienen incorporando en los últimos años -aunque sea de forma contradictoria, lenta, gradual y desigual- la necesidad de comprender los fenómenos de forma holística y de ofrecer propuestas integrales a las administraciones.

Ejemplo paradigmático de lo afirmado es la discusión impulsada por la Comisión Europea sobre los futuros sistemas de registro y evaluación del riesgo químico. Los debates comunitarios en torno a REACH recogen la vertiente ambiental (impactos sobre el medio), la de salud ocupacional (exposiciones de los trabajadores) y la de salud pública (riesgos para la población).

De la misma manera, el reciente Informe de Primavera de la Sostenibilidad en España 2005, elaborado y publicado por el Observatorio de la Sostenibilidad- cuya vocación y cometido es fundamentalmente ambientalista- aborda la construcción de indicadores de sostenibilidad ambiental que junto a los de sostenibilidad económica y social permiten abordar la construcción de procesos de sostenibilidad.

Una reflexión sobre la responsabilidad social corporativa en torno a las condiciones de organización del trabajo, a la calidad material y social del entorno laboral, a los riesgos para la salud y la seguridad de los trabajadores en el desempeño de su profesión, tiene que atender a lo que en el ámbito del compromiso ambiental voluntario de las empresas se viene diciendo y haciendo.

Muchas de las afirmaciones, indicadores y metodologías referidas al compromiso ambiental de las empresas se pueden tomar como referentes, siempre con la prudencia científica requerida, para abordar uno de los principales compromisos sociales de las mismas: la salud profesional de sus componentes. A su vez, algunos de los indicadores sociales suponen una excelente pista sobre la calidad ambiental interna de las empresas que suele estar aparejada, -aunque en ocasiones hay disociaciones que sólo se pueden calificar de esquizofrénicas- al respeto medioambiental y al compromiso con la reducción, minimización y eliminación de los impactos negativos sobre el medio urbano y natural que configuran el entorno de la empresa.

Tanto en el caso de los compromisos ambientales como de los sociales por parte de la empresa se requiere de la activa participación de los afectados en la configuración de la opinión de la empresa, en el seguimiento del cumplimiento de los compromisos adquiridos y en la evaluación de los resultados obtenidos por la misma. En los aspectos ambientales se requiere de la activa participación y toma en consideración de los criterios de los empleados, ya que las decisiones que adopte su empresa pueden repercutir directamente en la estabilidad de su empleo, y por supuesto de la ciudadanía del ámbito donde actúa la firma que asume la responsabilidad social corporativa sobre la que operarán los efectos negativos o positivos de las medidas adoptadas por la firma. En el caso de los compromisos sociales internos, la dirección de la empresa debe atender los requerimientos de los trabajadores afectados por las medidas a adoptar. Muy particularmente las relacionadas con la salud y seguridad laboral deben partir de la percepción, información y formación de los colectivos expuestos a riesgos generales o específicos. De otra manera no es posible implementar planes eficaces para erradicar los riesgos o, de no ser posibles, proceder a su evaluación y a la adopción de medidas preventivas individuales y sobre todo colectivas.

Por ello en el presente estudio establecemos algunos puentes más o menos implícitos entre los principios de prevención y precaución.

5.2. Los indicadores: definición, utilidad y características

Los indicadores son formulaciones generalmente matemáticas con las que se busca reflejar una situación determinada. Un indicador es una relación entre variables cuantitativas o cualitativas que permite observar la situación y las tendencias de cambios generadas en el objeto o fenómeno observado, en relación con objetivos y metas previstas e impactos esperados. Estos indicadores pueden ser valores, unidades, índices, series estadísticas, etc. Son las herramientas fundamentales de la evaluación.

Los indicadores podemos considerarlos útiles para los siguientes fines:

- Evaluar la gestión.
- Identificar oportunidades de mejoramiento.
- Adecuar a la realidad objetivos, metas y estrategias.
- Sensibilizar a las personas que toman decisiones y a quienes son objeto de las mismas acerca de las bondades de los programas.

- Tomar medidas preventivas a tiempo.
- Comunicar ideas, pensamientos y valores de una manera resumida.

Un indicador aislado, obtenido una sola vez, puede ser de poca utilidad. En cambio, cuando se analizan sus resultados a través de variables de tiempo, persona y lugar; se observan las tendencias que el mismo puede mostrar con el transcurrir del tiempo y se combina con otros indicadores apropiados, se convierten en poderosas herramientas de gerencia, pues permiten mantener un diagnóstico permanentemente actualizado de la situación, tomar decisiones y verificar si éstas fueron o no acertadas.

Las características de un buen indicador se pueden resumir en las siguientes:

- Sirve a un propósito
- Se ha diseñado teniendo en cuenta este propósito y las características de los usuarios.
- Guarda relación con un asunto de interés actual o futuro.
- Es coste eficaz: logra el objetivo de su utilización con la mínima cantidad de recursos, utiliza recursos (datos, entre ellos) existentes o permite utilizar los datos nuevos que requiere para otros usos y usuarios.
- Es válido, es decir, mide lo que pretende medir.
- Es objetivo: permite obtener el mismo resultado cuando la obtención del indicador es llevada a cabo por observadores distintos, en circunstancias análogas.
- Es sensible: es capaz de captar los cambios ocurridos en la situación objeto del indicador.
- Es específico: aplicable sólo a la situación de que se trata.
- Es inequívoco en su significado.
- Se puede obtener sin dificultad.
- Es consistente en el transcurso del tiempo.
- Se obtiene oportunamente.
- Es preciso.
- Es transparente: fácilmente entendible por los usuarios.
- Es dado a conocer periódicamente a las partes interesadas.

Estos criterios tienen varias implicaciones que condicionan y limitan los tipos de indicadores que se pueden desarrollar, y la forma como se pueden construir, presentar y utilizar. Muchos de estos criterios son también, en cierto grado, mutuamente incompatibles: ésa es una de las razones por la que los indicadores son difíciles de diseñar. La necesidad esencial de costo-eficacia, por ejemplo, significa a menudo que los indicadores se deben desarrollar en base a los datos que ya existen o, si éstos se van a recoger por primera vez, que puedan ser utilizados también para otros propósitos. Desafortunadamente, muchos de los datos

existentes se han recogido para propósitos específicos y no son, por lo tanto, ideales para otros usos. La necesidad de claridad y de facilidad de entendimiento también implica que los indicadores deben condensar a menudo grandes volúmenes de datos en un breve resumen (como lo es un indicador), y que las complejidades del mundo se reducen a un mensaje simple e inequívoco. El criterio de validez científica, por otra parte, requiere que el proceso de precisión no vaya demasiado lejos. Los indicadores deben simplificar, sin sesgar, la verdad subyacente, o perder las conexiones y las interdependencias vitales que gobiernan el mundo verdadero. Al mismo tiempo, si los indicadores deben ser sensibles al cambio, es necesario que se basen en datos exactos, de alta resolución y consistentes.

Los indicadores también deben ser dinámicos. Se deben actualizar y corregir en la medida en que el entorno cambia: cambios no solamente en las condiciones específicas que ellos describen, sino también en la disponibilidad de datos, en el conocimiento científico, o en los niveles de interés y necesidades de sus usuarios.

Los indicadores, por lo tanto, no son fijos ni universales. Lo que hace que un indicador sea bueno en un lugar en un momento determinado no será necesariamente relevante en otro. Por consiguiente, aunque es posible idear conjuntos definitivos de indicadores que responden a necesidades específicas, la utilidad más amplia de éstos es inevitablemente limitada. Por otra parte, no es apropiada una especie de anarquía, en la cual cada uno desarrolla sus propios indicadores. Esto daría lugar a una duplicación esfuerzos, a la proliferación de conjuntos de indicadores y a una dificultad cada vez mayor de comparar o de combinar indicadores provenientes de diversas fuentes. Puede también alentar el desarrollo de indicadores mal concebidos y mal diseñados que pueden desinformar más que informar.

5.3. Los problemas de la medición de la RSC: los indicadores sociales y la actuación de la empresa

Para poder ser transparentes y conocer su responsabilidad social corporativa (RSC), las empresas tienen que tener indicadores de medición. La contabilidad tradicional ya tiene indicadores aceptados e internacionales, que permiten reflejar la salud económica de la empresa. Sin embargo, no es el caso de la RSC. Con la toma de conciencia de la importancia del desarrollo sostenible para la salud de la empresa y la sociedad, es necesario trasladar la responsabilidad social al área contable de las empresas y crear esos indicadores.

Las razones por las cuales las empresas desean medir, calcular e informar acerca de sus actuaciones sociales se podrían resumir en las tres siguientes:

- **Convergencia:** la medida del resultado social implica que la empresa mejorará sus actuaciones sociales y tenderá a tener más beneficios de todo tipo a largo plazo.
- **Afianzamiento de sus obligaciones sociales:** las empresas tienen la obligación de mejorar el beneficio neto de sus actuaciones en material social y medioambiental, por lo que resulta necesario que se pueda medir para poder juzgar con qué grado de cumplimiento llevan a cabo estas obligaciones.
- **Informes:** las empresas tienen la obligación de proporcionar información acerca del desempeño de sus acciones sociales.

En resumen, el indicador social aboga por realizar una medición que pueda ser objetiva, de modo que las empresas puedan usar esos resultados para tratar de mejorar su beneficio. Además, sostiene que usando e informando acerca de estos otros beneficios, también mejorará el resultado financiero a largo plazo.

Resulta por tanto necesario disponer de una metodología que permita cuantificar las distintas actuaciones de la empresa para posteriormente, sumarlas y restarlas y obtener el beneficio neto social o medioambiental.

El problema reside precisamente en que si bien los defensores del indicador social argumentan que lo que hay que hacer es medir, nadie hasta este momento ha desarrollado ninguna metodología que señale no sólo cómo medir, sino también cómo cuantificar las actuaciones sociales de la empresa.

En primer lugar, consideramos que existen aspectos incluidos como novedosos dentro del concepto del indicador social que no son tales. Así, si bien se supone que aquellas empresas que se basan en los estados financieros tradicionales sólo tratan de maximizar su beneficio financiero sin tener en cuenta otros aspectos, esto no es cierto. Es evidente que la mayoría de las grandes empresas llevan muchos años considerando factores de índole social y medioambiental. Por ejemplo, a través de sus departamentos de recursos humanos conocen el género de sus empleados (% hombres / % mujeres), la presencia de minorías étnicas, el grado de satisfacción de la plantilla, su grado de absentismo, etc.

Por tanto, quizá el primer problema con que nos encontramos está en la propia definición de indicador social, ya que si bien la mayoría de las publicaciones tienen como objeto introducir al lector en el concepto del indicador social, no es fácil encontrar una definición del mismo en sentido estricto y mucho menos, una fórmula que determine cómo se debería proceder a su cálculo, tal y como existe para la determinación en términos cuantitativos de, por ejemplo, la totalidad de los ingresos o el beneficio neto de una empresa. En vez de encontrar definiciones exactas acerca de cómo proceder, lo que nos encontramos son afirmaciones generalistas.

Las corrientes a favor del indicador social insisten en la necesidad de medir las actuaciones sociales de la empresa, del mismo modo en que se mide su actuación económica, que desemboca posteriormente en un resultado financiero cuantitativo. En este sentido, los componentes del indicador social podrían ser medidos mediante la aplicación de indicadores estándar, los cuales además ofrecerían un cierto grado de objetividad. De este modo, los datos obtenidos mediante los citados indicadores podrían ser auditados y dar lugar a informes acerca de la actuación social y medioambiental de la empresa.

Algunos indicadores de este tipo serían los siguientes:

- Existencia de igualdad de oportunidades.
- % de directivos que son mujeres.
- % de empleados que pertenecen a minorías étnicas.
- % de empleados representados por los sindicatos o el comité de empresa.
- % de empleados dentro del convenio colectivo.

- Número de accidentes laborales por año.
- Existencia de programas que animen a los empleados a adoptar estilos de vida sanos
- Etc.

De este modo, en el campo social se podría obtener un resultado social neto que podría ser calculado usando los datos proporcionados por los indicadores y determinando una fórmula que no presentara controversias y pudiera ser utilizada por cualquier empresa. Sin embargo, no resulta tan fácil.

Si suponemos que hemos sido capaces de medir y cuantificar el resultado social de una empresa y éste nos arroja un resultado numérico, lo primero que nos tenemos que preguntar es en qué unidades va determinado dicho resultado. Es decir, resulta necesario establecer nuevas unidades de medida para determinar el beneficio social. Se echa en falta por tanto, a la hora de medir el comportamiento social de la empresa, una unidad de medida, que puede ser monetaria o no, pero que ha de ser válida para medir todos los comportamientos sociales de la empresa, ya sean buenos o malos y afecten a todas o alguna de las partes de la empresa.

Parte del problema de cuantificar los indicadores está en determinar cuán mala o buena es una acción llevada a cabo por una empresa, ya que se tratan aspectos tanto cualitativos como cuantitativos cuando se trata de evaluar el impacto de las actuaciones sociales de la compañía.

En el momento actual, sí existe un grupo de indicadores sociales que nos permite discernir si, a nuestro juicio (entrando aquí ya en valoraciones de tipo subjetivo), una empresa tiene un comportamiento social mejor que otra. Pero esto no significa que estemos cerca de poder hacer una cuantificación, al contrario, convierte el problema de la cuantificación en algo mucho más profundo.

Valga el siguiente ejemplo para poner de manifiesto la relación entre los indicadores y su cuantificación. Supongamos que de una empresa se conocen los siguientes datos (Wayne Norman and Chris McDonald, 2003, p. 8):

- El 20% de sus directivos son mujeres.
- El 7% pertenece a minorías étnicas.
- Realizó donaciones equivalentes al 1'2% de su beneficio.
- Ha sido multada dos veces por emisiones tóxicas.
- Sus trabajadores tienen una jornada un 15% superior a la jornada laboral estipulada.

Todos estos datos nos transmiten algo, e incluso podemos percibir si el % en sí es alto o es bajo desde una perspectiva social o medioambiental. Sin embargo, desde un punto de vista conceptual, los % no nos aportan nada, ya que no se pueden sumar o restar % que pertenecen a distintos elementos.

Estos ejemplos sólo sirven para poner de manifiesto que si bien determinadas actuaciones sociales o medioambientales pueden cuantificarse, auditarse e informar acerca de las mismas, la verdadera valoración de la actuación se realiza utilizando criterios subjetivos, los cuales llevan consigo el desacuerdo generalizado entre el público¹⁹.

En general, podemos concluir que es complicado definir indicadores que sean fáciles de medir, ya que realmente la mejor forma de medir la RSC sería mediante indicadores cualitativos. Según el Presidente de la comisión de RSC de AECA, lo ideal sería llegar a obtener indicadores de naturaleza cualitativa y que los modelos de valoración fueran capaces de poner valores cuantitativos a partir de ellos.

5.4. Los indicadores existentes en salud laboral

5.4.1. Introducción

Tradicionalmente, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo se han abordado sobre todo mediante instrumentos legislativos y medidas ejecutorias. Sin embargo, la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa²⁰.

Las empresas, los gobiernos y las organizaciones profesionales están buscando, cada vez con mayor intensidad, modos complementarios de promover la salud y la seguridad, utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios. Estas acciones voluntarias pueden considerarse complementarias de la normativa y las actividades de control de las autoridades públicas porque tienen también por objeto la prevención, es decir, el aumento del nivel de salud y seguridad en el lugar de trabajo.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad. Se han incluido en diversa medida criterios de salud y seguridad en el lugar de trabajo en los sistemas de certificación y los sistemas de etiquetado de productos²¹ y equipos existentes, y se han iniciado también programas de certificación de los sistemas de gestión y de los subcontratistas basados sobre todo en la salud y la seguridad en el lugar de trabajo. No cabe duda que los propios trabajadores tienen mucho que decir a la hora de establecer y definir políticas para mejorar la salud y seguridad en el trabajo. Desde nuestra perspectiva, consideramos que la definición y diseño de las nuevas políticas de salud y seguridad laboral encuadradas dentro del ámbito de la responsabilidad social corporativa y, por tanto, superiores en rango al exigido por ley, deberían ser consecuencia de un proceso de feedback/retroalimentación entre empresas, gobiernos, comunidades locales y trabajadores.

19 Se puede ver un análisis en Amartya Sen (1999): "Development as Freedom" Oxford University Press, pp. 54-61.

20 Información adicional sobre este tema se encuentra en las páginas de la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (<http://agency.osha.eu.int/publications/factsheets/facts11/>).

21 La etiqueta sueca TCO (TCO Labelling Scheme) para material de oficina es una etiqueta voluntaria con la que se intenta animar a las empresas a producir material de oficina más seguros para los trabajadores y más respetuoso con el medio ambiente; ayudar a los compradores a elegir el material de oficina menos perjudicial para los usuarios y para el medio ambiente externo; y ofrecer a compradores y vendedores una etiqueta clara que permita ahorrar tiempo, trabajo y dinero cuando se compra.

Según la Organización Mundial de la Salud (WHO, 1985), los objetivos en salud deseables para el conjunto de la población se resumen en los siguientes: reducir la mortalidad, reducir enfermedades y accidentes, potenciar las oportunidades para una vida social, económica y mental plena, y garantizar los mismos derechos en salud para todos los componentes de la comunidad; lo que se denomina equidad en salud. Estos principios tienen fácil traducción a los objetivos en salud deseables en la empresa: reducir los accidentes y enfermedades laborales y potenciar la salud y el bienestar de los trabajadores.

Por la propia naturaleza de la prevención de riesgos en la empresa, a la hora de definir indicadores de resultados de los SG-PRL, junto a estos indicadores de salud surgen necesariamente otros. Un objetivo evidente de la prevención de riesgos laborales es precisamente reducir o eliminar los riesgos que puedan afectar negativamente a la salud de los trabajadores. Dado que la evaluación de riesgos es un proceso habitual de la prevención, la fijación de objetivos en relación con los riesgos laborales identificados es un proceso necesario del sistema, y la evaluación periódica y sistemática de la prevalencia de tales riesgos en el lugar de trabajo, se muestra como un indicador de resultados accesible y directo, en forma de lo que denominamos indicadores de exposición. Por otra parte, resulta evidente que un motor primitivo aunque fundamental para la prevención de riesgos en la empresa es el cumplimiento de la legislación existente al respecto, por lo que la consideración de indicadores de cumplimiento de la normativa como indicadores de resultados puede ser también conveniente. Lo mismo se podría argumentar en relación a los indicadores económicos, ya que el beneficio económico constituye el motor fundamental de la actividad empresarial. Sin embargo, en este caso, la relación con los objetivos de la prevención de riesgos laborales no es siempre en el mismo sentido; es decir, intervenciones adecuadas en materia de prevención de riesgos laborales en muchos casos no van a relacionarse necesariamente con una evolución favorable de los indicadores económicos a nivel de la empresa. En la Tabla 1 se presentan estas categorías de indicadores de resultados para la prevención de riesgos laborales con algunos ejemplos de indicadores específicos en cada una.

Tabla 6. Indicadores de resultados para los sistemas de gestión de la prevención de riesgos laborales con algunos ejemplos

Indicadores de salud	<ul style="list-style-type: none"> • Incidencia de accidentes con baja • % de trabajadores con alteraciones de la salud probablemente relacionadas con el trabajo
Indicadores de exposición	<ul style="list-style-type: none"> • % de trabajadores expuestos a contaminantes químicos por encima del 50% del valor límite ambiental • % de trabajadores expuestos a movimientos repetidos
Indicadores de satisfacción de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • % de trabajadores que consideran que su seguridad y salud están suficientemente protegidas en el trabajo
Indicadores de cumplimiento de la normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Razón entre el número de acciones normativas implementadas y el número de acciones normativas exigidas para la empresa
Indicadores económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Coste de las sanciones por incumplimiento de la normativa en PRL • Días de trabajo perdidos por accidentes o enfermedades relacionadas con el trabajo

Fuente: III Foro ISTAS de Salud Laboral

5.4.2. Los indicadores de salud y seguridad laboral del Global Reporting Initiative

El GRI ha seleccionado una serie de indicadores que identifican temas fundamentales referentes a las prácticas laborales. Los aspectos específicos que conforman la actuación de las prácticas laborales se apoyan fundamentalmente en modelos reconocidos en todo el mundo, como los convenios de la Organización Mundial del Trabajo (OIT). Más concretamente, los indicadores de las prácticas laborales se basan en la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT, y en las Directrices para las Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), documentos que fueron considerados como los más pertinentes en relación con la responsabilidad de las empresas.

Según este Grupo, la contribución de una organización en el ámbito de las prácticas laborales no debería limitarse a salvaguardar y respetar los derechos básicos, sino que debería fomentar la calidad del entorno laboral y el valor de la relación con el trabajador.

Dentro de los indicadores de prácticas laborales propuestos por el GRI, los indicadores de salud y seguridad están descritos en el apartado: "Indicadores de desempeño social", que resumimos a continuación:

- Como indicadores centrales, se proponen:
 - Métodos de registro y notificación de los accidentes en el trabajo y las enfermedades profesionales, en referencia al repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT sobre registro y notificación de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.
 - Descripción de las comisiones conjuntas sobre salud y seguridad, compuestas por la dirección y los representantes de los trabajadores y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones.
 - Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados).
 - Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH / SIDA.
- Como indicadores adicionales:
 - Datos evidentes que certifiquen el cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en sus directrices relativas a los sistemas de gestión de la salud en el trabajo.
 - Descripción de los acuerdos formales con sindicatos u otros representantes laborales responsables sobre seguridad y salud en el trabajo, y proporción del colectivo de trabajadores amparados por ellos

5.4.3. Los indicadores relacionados con la prevención de riesgos laborales de la Encuesta Nacional de Condiciones de Trabajo

La Encuesta Nacional de Condiciones de Trabajo (ENCT), junto con la muestra española de la Encuesta Europea de Condiciones de Trabajo, constituyen las fuentes de información más importantes sobre la mayoría de los aspectos relativos a las condiciones de trabajo.

La ENCT genera información muy variada sobre la situación preventiva y las condiciones de trabajo de las empresas que afectan a la salud de los trabajadores. Se basa en cuestionarios (para empresa y trabajador) en los que se pregunta sobre la organización de la prevención en la empresa (recursos y actividades preventivas), percepción sobre condiciones de trabajo y aspectos relativos a problemas de salud en relación con las mismas. Gran parte de estas informaciones constituyen indicadores de interés de las condiciones de trabajo en nuestro país.

Los indicadores utilizados, una vez recogida la información, se pueden resumir en los siguientes:

- % de centros de trabajo de seis o más trabajadores en los que hay algún Delegado de Prevención.
- % de empresas que dispone de algún recurso preventivo.
- % de empresas en las que se ha realizado algún estudio sobre riesgos en el último año.
- % de trabajadores que han recibido formación sobre prevención en el último año.
- % de trabajadores que manifiestan tener que mantener un ritmo de trabajo elevado durante más de la mitad de su jornada laboral.
- % de trabajadores que manifiestan tener que mantener un nivel de atención elevado o muy elevado durante más de la mitad de su jornada laboral.
- % de trabajadores a los que el trabajo les resulta monótono frecuentemente o siempre.
- % de trabajadores que señalan al menos un aspecto inadecuado sobre el diseño del puesto de trabajo.
- % de trabajadores que han consultado a su médico por un problema de salud atribuible a su trabajo.
- % de trabajadores que manifiesta sentir molestias óseo-musculares asociadas a las posturas y esfuerzos derivados de su trabajo.

6. Conclusiones

Con origen en el trabajo realizado, hemos alcanzado las siguientes conclusiones:

- La RSC en España es un fenómeno que está comenzando a introducirse y, si bien son numerosas las iniciativas en este terreno, éstas son llevadas a cabo básicamente por grandes empresas, quedando un gran esfuerzo pendiente en relación con la pequeña y mediana empresa.
- Las actuaciones de RSC llevadas a cabo por las empresas que presentan informes de sostenibilidad, no abarcan todas las áreas de la empresa por igual, siendo el área de seguridad y salud laboral una de las menos favorecidas, en contra de lo que sucede en otras áreas como las referentes a incentivos al personal o todos los aspectos relacionados con las actuaciones externas de la empresa y el medioambiente.
- La participación de los trabajadores, representantes legales y sindicatos en la elaboración de los planes y memorias corporativas es esencial para lograr avanzar en la prevención de riesgos laborales. Actualmente dicha participación es todavía insuficiente.
- La definición de indicadores en el área social y medioambiental resulta tarea ardua, al llevar implícitos un gran componente cualitativo.
- No existen indicadores adecuados para establecer el comportamiento de la empresa en relación con la seguridad y salud laboral, siendo éste un campo de investigación a desarrollar en el futuro.

7. Bibliografía

- ARAGON, J. A. (1998): «Strategic Proactivity and Firm Approach to the Natural Environment», *Academy of Management Journal*, volumen 41, número 5, 556-567.
- ARAGON, J. A.; SENISE, M. E. y MATIAS, F. (1998): «Estrategia, estructura organizativa y desempeño medioambiental: repercusiones del ajuste», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 4, número 3, 41-56.
- BANSAL, P. ROTH, K. (2000): "Why companies go green: a model of ecological responsiveness" *Academy of Management Journal* nº 43, vol. 4, pp. 717-736.
- BROCKHOFF, K.; CHAKRABARTI, A. y KIRCHGEORG, M. (1999): «Corporate Strategies in Environmental Management», *Industrial Research Institute, Inc.*, julio-agosto, 26-30.
- CERES (2002): "Value At Risk: Climate Change and the Future of Governance", CERES Sustainable Governance Project Report, Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES), April, Boston.
- COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *La Gobernanza europea. Un Libro Blanco*. COM(2001)428 final.
- COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
- COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002): Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible.
- COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003): *Libro Verde El espíritu empresarial en Europa*. COM(2003) 27.
- CUESTA M. De la; VALOR, C. ; BOTIJA, M. y SANMARTÍN, S. (2002): *La responsabilidad social corporativa: una aplicación a España*. Madrid: Economistas Sin Fronteras, UNED.
- ELKINGTON, J.; KNIGHT, P. y HAILES, J. (1991): *The green business guide*, Victor Gollancz Ltd., Londres.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Establishing the Global Reporting Initiative as an Independent Institution. Draft for Public Comment and Discussion. Global Reporting Initiative. Diciembre 1999. www.globalreporting.org.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad sobre actuaciones económicas, medioambientales y sociales de la empresa. Global Reporting Initiative. Junio 2002. www.globalreporting.org.
- HINCKLEY, R. (2002). "How corporate law inhibits social responsibility". *Business Ethics: Corporate Social Responsibility Report*. www.business-ethics.com (January-February).
- HOOD, J. (1998): Do corporations have social responsibilities?. *The Freeman* (Foundation for Economic Education, Inc.) 48/11. (November): 680-684.
- IESE, PRICEWATERHOUSECOOPERS Y FUNDACIÓN ENTORNO (2002): *Código de buen gobierno para la empresa sostenible*. Barcelona. Multicopiado.

- REAL DECRETO 1636/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento que desarrolla la Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas.
- WADDOCK, S.A. GRAVES, S.B. (2000): "Performance characteristics of social and traditional investments" *Journal of Investing*, nº 9, vol. 2, pp. 27-41.
- WOOD, D. J. (1986): «Organizational Responses to Environmental Change: The Failure of the Casual Model in Pharmaceutical Regulation», en POST, J. E. y PRESTON, L. E. (Eds.): *Research in Corporate Social Performance and Policy*, JAI, Greenwich CT.
- ZADEK, S., PRUZAN, P. and Evans, R. (1997) "Building Corporate Accountability: Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting" London. Earthscan Publications.
- CARROLL, A. B. (1999): «Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct», *Business & Society*, volumen 38(3).
- CARROLL, A.B. (1991): "The pyramid of corporate social responsibility". *Business Horizons*. 34/4. Julio - Agosto. Págs. 39-48.
- LYDENBERG, S. D., CAREY, R., McCLAUGHRY, J., KANTER R.M., DALY, G. (1996): "Can corporate social responsibility be legislated? *Business & Society Review* (Winter):4-11.
- PUEYO, R. y VIÑUALES, V. (2002): *La inversión socialmente responsable*, Fundación Ecología y desarrollo
- WADDOCK, S.A. GRAVES, S.B. (1997a): "The corporate social performance-financial performance risk" *Strategic Management Journal*, nº 18, vol. 4, pp. 303-319.